

## РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/28-1196/2022

25 октября 2022 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

руководитель управления;

Члены Комиссии:

начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/28-1196/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения «Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО) (ИНН 2801023444, КПП 280101001, место осуществления деятельности: г. Благовещенск, ул. Амурская, 225) рекламы с нарушением требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя размещения «Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО) гр\* (по доверенности),

### УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю 15 августа 2022 года на цифровом билборде в Хабаровске на ул. Серышева (напротив жилого дома 88) отслежена реклама (5 секунд) «Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО) следующего содержания:

- крупным шрифтом:

*«АТБ, Азиатско – Тихоокеанский Банк. Кредиты наличными от 5,5%. Пора обновляться!».*

- мелким шрифтом:

*«Кредит наличными для физ. лиц, сумма от 30 тыс-3 млн. руб., срок 13-60 мес., ставка (% годовых) определяется для каждого заемщика индивидуально 5,5% -17,5% годовых (% ставка при личном страховании заемщиком, без страхования % ставка увеличивается на 8 п.п.), выбор страховой компании на усмотрение заемщика. Оформление по паспорту: при сумме кредита до 100000 руб., свыше - для получающих зарплату на банк. Карту АТБ/клиентов, подтвердивших доход выпиской с ПФР, запрошенной Банком. Полная стоимость кредита 11,251% годовых -25,477% годовых, 1942, 32 рублей-2337805,51 рублей.*

*Азиатско – Тихоокеанский Банк (АО). Универсальная лиц. № 1810. Условия на 10.08.2022».*

Срок распространения рекламы с 01 по 31 августа 2022 года.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги и на заключение кредитного договора с указанными в рекламе условиями. Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с банком по заключению договора кредита на определенных рекламой условиях.

В рекламе крупно указывается процентная ставка по кредиту (от 5,5%), то есть, дано условие кредитного договора, влияющее на его стоимость, следовательно, реклама должна соответствовать требованиям статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут

воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В расход лица (заемщика), заключившего договор на предоставления кредита, включается:

оплата стоимости кредита (процент за пользование кредитом, платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата);

оплата услуг страхования, если выдача кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования;

иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного договора (необходимость нотариального заверения документов и т.п.).

Следовательно, если в рекламе услуг по предоставлению кредита указано любое из перечисленных условий, то должны быть указаны все остальные перечисленные условия, как определяющие размеры расходов заемщика по кредиту, так и влияющие на эти расходы.

В соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно статье 6 ФЗ «О потребительском кредите (займе)» к условиям, определяющим полную стоимость кредита, отнесены:

сумма потребительского кредита (займа);

срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа);

проценты по договору потребительского кредита (займа);

платежи заемщика в пользу кредитора, если обязанность заемщика по таким платежам следует из условий договора потребительского кредита (займа) и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от совершения таких платежей;

плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа);

платежи в пользу третьих лиц, если обязанность заемщика по уплате таких платежей следует из условий договора потребительского кредита (займа), в котором определены такие третьи лица, и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от заключения договора с третьим лицом;

сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо, признаваемое его близким родственником;

сумма страховой премии по договору добровольного страхования в случае, если в зависимости от заключения заемщиком договора добровольного страхования кредитором предлагаются разные условия договора потребительского кредита (займа), в том числе в части срока возврата потребительского кредита (займа) и (или) полной стоимости кредита (займа) в части процентной ставки и иных платежей.

В соответствии с пунктом 25 постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 года к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

В рекламе даны условия, влияющих на сумму расходов. Информация об указанных условиях формально присутствует в рекламе. Однако данные сведения выполнены мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом и транслируются короткое время, что

делает невозможным их восприятие и вводит потребителя в заблуждение относительно условий по рекламируемому кредиту.

Несмотря на формальное наличие в рекламе сведений об иных условиях кредита, влияющих на сумму расходов, помимо крупно указанной в рекламе информации о процентной ставке кредита форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Информация об указанных условиях должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими условиями, так как она может существенно изменить стоимость кредита и повлиять на сумму расходов заемщика по кредиту.

Отсутствие в рекламе информации об условиях кредитного договора, влияющих на полную стоимость кредита для заемщика, вводит в заблуждение относительно стоимости товара (кредитного договора), что является нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама - это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как ограниченное время считывания информации, объем информации, размещенной в рекламе, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя получить полный текст (информацию) рекламы.

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно, усматривается при визуальном просмотре

текста рекламы.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написанная крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы банковских услуг, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях кредита, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

Таким образом, в нарушение требований приведенных выше норм законов указанные условия, являющиеся существенной информацией для потенциальных потребителей, в рекламе не указаны.

Данные обстоятельства указывают на то, что у потребителей рекламы затруднена возможность прочесть и воспринять всю информацию о рекламном продукте, а, следовательно, свидетельствуют о том, что, несмотря на формальное присутствие в рекламе сведений обо всех условиях оказания соответствующей услуги, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются, следовательно, приравниваются к их отсутствию.

Кроме того, в рекламе сокращены слова, что затрудняет понимание условий по кредиту.

В процессе рассмотрения дела представитель Банка не согласился с выявленным нарушением, указав, что в рекламе присутствуют все необходимые условия, информация выполнена крупным шрифтом, закон не устанавливает обязательных требований к форме рекламы.

Данный довод не принимается по вышеизложенным основаниям.

В части довода Банка о нарушении Хабаровским УФАС России статьи 28.7. КоАП РФ необходимо указать следующее.

Вынесение решения и выдача предписания антимонопольного органа являются результатом рассмотрения дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в соответствии с Правилами, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 Правил, данные Правила устанавливают порядок рассмотрения Федеральной антимонопольной службой и ее территориальными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – дела по признакам нарушения).

Производство по делам об административных правонарушениях установлено разделом IV Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Необходимо отметить, что порядок рассмотрения Федеральной антимонопольной службой и ее территориальными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, КоАП РФ не регулируется, а производство по делам об административных правонарушениях не регулируется Правилами.

Таким образом, реклама кредита «Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО) противоречит части 7 статьи 5, пункту 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статей 5, 28 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем, в интересах которого непосредственно распространялась рекламная кампания, является «Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО).

ФАС России наделило Хабаровское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ««Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО) по факту размещения на рекламных конструкциях рекламы: *«Кредиты наличными от 5,5%. Пора обновляться!»*.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 -

47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «АТБ, Азиатско – Тихоокеанский Банк. Кредиты наличными от 5,5%. Пора обновляться!», распространяемую Азиатско – Тихоокеанский Банк (АО) на цифровом билборде в Хабаровске, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 25 октября 2022 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).



