

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 05-6/2-06-2012

21 июня 2012 г.

г. Тверь

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тверской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Тверское УФАС России, Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – Фомин В.М., исполняющий обязанности руководителя управления;

члены Комиссии:

- Аренсватова Т.С., ведущий специалист-эксперт отдела контроля размещения государственного заказа,

- Шибанов Я.А., специалист-эксперт отдела контроля размещения государственного заказа,

рассмотрев дело № 05-6/2-06-2012, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы оказываемых Открытым акционерным обществом «Банк Москвы» (далее – ОАО «Банк Москвы», Банк) услуг,

в присутствии представителей

ОАО «Банк Москвы»: ***,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проверки соблюдения субъектами рекламного рынка законодательства о рекламе Тверским УФАС России в марте 2012 выявлен факт размещения на рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Тверь, Петербургское шоссе, в непосредственной близости от дома 65, рекламы оказываемых Банком услуг по привлечению денежных средств во вклад «Вклад до 11%» следующего содержания. В верхней и средней частях рекламного изображения на белом фоне шрифтом красного цвета указано: «Вклад до 11%» далее шрифтом черного цвета – «Банк Москвы», чуть выше – логотип Банка. В нижней части рекламы на белом фоне буквами серого цвета (оттенков серого цвета) указано: «* Прием средств во Вклад «Сезонный накопительный» с 01.02.2012 г. по 15.04.2012 г. Минимальная сумма 30 000 рублей РФ/1000 долларов США. Срок вклада: 400 дней. Ставки по вкладу: Для новых клиентов в рублях РФ: до 90 дней -11 %, с 91 до 400 дня -6,65%, в долларах США: да 90 дней-5%, с 91 до 400 дня – 4%. Для действующих вкладчиков (клиентов, имеющих в Банке открытые срочные вклады на момент заключения договора об открытии сезонного вклада или заклавших (в т.ч. расторгнувших) срочный вклад не ранее 01.02.2011): в рублях РФ: до 90 дней- 11%, с 91 до 400 дня- 7,65%; в долларах США: до 90 дней-5 %, с 91 по 400 дня – 4,25%. По вкладу предусмотрены:

дополнительные взносы, однократное автоматическое продление на срок соответствующий первоначальному сроку размещения денежных средств с начислением процентов по ставке вклада, установленной для продления или, если ставка для продления не установлена, по ставке «До востребования», действующей в Банке на день, следующий за днем окончания срока размещения вклада. После одного автоматического продления средства во вклад перечисляются во вклад « До востребования» клиента. Частные выплаты денежных средств не предусмотрены. При досрочном расторжении вклада, проценты выплачиваются из расчета ставки вклада «До востребования», действующей в Банке на день досрочного возврата вклада/с даты последнего продления договора, со дня, следующего за днем размещения вклада, по день возврата вклада включительно. ОАО «Банк Москвы» - участник системы страхования вкладов № 104».

В рамках проведения проверки по факту распространения вышеуказанной рекламы Тверским УФАС России установлено, что аналогичная реклама размещалась на территории других субъектов Российской Федерации, в частности, в городе Москва, в связи с чем, на основании ходатайства, Тверское УФАС России в соответствии с пунктом 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, наделено Федеральной антимонопольной службой полномочиями на возбуждение и рассмотрение дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении ОАО «Банк Москвы» по факту распространения рекламы услуг по предоставлению вклада «Сезонный накопительный», содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон).

Настоящее дело Тверским УФАС России возбуждено 10.04.2012.

В ходе рассмотрения дела установлено, что спорная реклама размещалась на основании договора № 129/4, заключенного 30.11.2011 Банком и ООО «Светотехническая компания». Пунктом 1.1 договора предусмотрено, что ООО «Светотехническая компания» обязуется оказать услуги по организации размещения рекламно-информационных материалов Банка на рекламных поверхностях, указанных в приложении к договору.

Согласно представленным 24.04.2012 при рассмотрении настоящего дела ОАО «Банк Москвы» письменным пояснениям, содержание рекламы «Сезонный накопительный», размещенной как в г. Твери на рекламных конструкциях по адресу: Петербургское шоссе, у дома № 65, а также по адресам: ул. Коминтерна, д. 69, проспект Победы (напротив бассейна «Радуга»), проспект 50 лет Октября, (АЗС), Октябрьский проспект (въезд к маг. № Арктика»), ул. Орджоникидзе (пер. с Ипподромная), проспект Чайковского, д. 35, проспект Чайковского, д. 35, а также в других субъектах Российской Федерации определялось непосредственно Банком. Указанная реклама размещалась с 01.03.2012 по 23.04.2012 г. Аналогичная реклама размещалась также в других субъектах Российской Федерации: в г. Москве и Московской области, а также по месту нахождения филиалов Банка – г.г. Вологда, Екатеринбург, Калининград, Кемерово, Краснодар, Красноярск, Курск (Орел), Новосибирск, Орск (г. Новотроицк), Пермь, Ростов, Санкт-Петербург,

Ставрополь, Тула, Тюмень. При этом Банком представлены также сведения о распространении рекламы на территории Ивановской, Рязанской и Смоленской областях (приложение № 9 к договору № 129/4 от 30.11.2011). Из пояснений Банка также следует, что на дату рассмотрения дела распространение рекламы услуг по кредиту «Сезонный накопительный» прекращено, демонтаж рекламы осуществлен в начале мая 2012 г.

В соответствии со статьей 1 Закона **целями настоящего Закона являются** развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, **реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.**

В соответствии со статьей 3 Закона **реклама** это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; **объект рекламирования** - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама; **товар** - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; **ненадлежащая реклама** - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; **рекламодатель** - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Указанная выше реклама кредитного продукта «Кредитная весна», полностью подпадает под определение, данное в статье 3 Закона, поскольку содержит информацию, распространяемую с использованием рекламного щита, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Объектом рекламирования является такая оказываемая Банком финансовая услуга как предоставление кредита «Кредитная весна».

Законом установлены как общие требования к рекламе (статья 5 Закона), так и особенности рекламы отдельных видов товаров (глава 3 Закона).

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу части 7 статьи 5 Закона 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](#).

Специальные требования к рекламе финансовых услуг установлены статьей 28

Закона.

В частности, пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона предусмотрено, что реклама банковских услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из этих условий.

Системный анализ положений Закона о рекламе позволяет сделать вывод о том, что требование часть 2 статьи 28 этого Закона корреспондирует с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе. Оно установлено в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге). Характер и степень общественной опасности соответствующего нарушения подлежат оценке с учетом обозначенных цели и интересов.

Как указано выше, объектом рекламирования является финансовая услуга – услуга по привлечению денежных средств во вклад, следовательно, в отношении распространения такой рекламы применяются предусмотренные пунктом 2 части 2 и части 3 статьи 28 Закона специальные требования.

Реклама содержит информацию о минимальной процентной ставке по вкладу – 11%, это условие указано крупным шрифтом, и такая информация с учетом цветовой гаммы и места ее расположения в рекламе хорошо воспринимаются потребителями рекламы.

Условия предоставления вклада - срок, сумма вклада и иные условия, являющиеся существенными условиями договора вклада, поскольку без них (при наличии информации только о процентной ставке) невозможно определить сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, указаны мелким шрифтом; в частности, размер с указанием таких условий более чем в 30 раз отличается от размера шрифта с указанием минимальной процентной ставки, и более чем в 10 раз от шрифта слов «Сезонный накопительный»). При этом указанные условия прописаны буквами светло-серого (или имеющими сероватый оттенок) цвета на белом фоне, что еще больше затрудняет восприятие таких условий потенциальными потребителями.

Распространяемая Обществом реклама банковской услуги направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, таким образом, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о вкладе, в том числе, указание таких условий способом, затрудняющим восприятие такой информации, в частности, мелким шрифтом, неконтрастным от основного фона рекламы цветом, приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым вкладом.

Так как рассматриваемая реклама является наружной, размещена – как минимум

в городах Тверь и Москве, вдоль автомобильных дорог, следовательно, она предназначена для импульсного восприятия потребителями размещенной на ней информации (относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное и сосредоточенное внимание).

Согласно представленным пояснениям Банка, содержание макета рекламы определялось Банком; Банк считает, что все необходимые условия оказания финансовой услуги в рассматриваемом рекламном объявлении присутствуют. Закон «О рекламе» не содержит требований к размеру шрифта, которым выполнена реклама, а обязывает рекламодателя раскрыть существенную информацию обо всех условиях договора; также Закон не указывает, с какого расстояния и при каких условиях возможно прочтение соответствующего текста.

Тверское УФАС России посчитало приведенные доводы несостоятельными в силу нижеследующего.

Отсутствие в Законе требований к размеру шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым (трудно или совсем нечитаемым), поскольку, как следует из положений статьи 5 Закона, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

В данном случае необходимо принимать во внимание факты, снижающие уровень восприятия информации, выполненной в рекламе мелким шрифтом: а) рекламные конструкции установлены вдоль автомобильной дороги; б) текст рекламы находится не на уровне глаз потребителя, а на определенной высоте от уровня земли (около 6 метров), что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом, даже для лица, находящегося в непосредственной близости от рекламной конструкции; в) фактические условия вклада прописаны мелкими серыми буквами, на белом фоне, что также в значительной мере усложняет для потребителя восприятие рекламы.

Формальное присутствие в рекламе условий приобретения банковской услуги, напечатанных мелким шрифтом, не позволяет потребителю рекламы воспринимать данные сведения и соответственно не может рассматриваться как их фактическое наличие, поскольку может ввести потребителей рекламы в заблуждение относительно условий, влияющих на сумму доходов.

Таким образом, указание мелким шрифтом существенных условий вклада не свидетельствует о доведении до неопределённого круга лиц требуемой информации надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Следовательно, при размещении рекламы оказываемых ОАО «Банк Москвы» услуг по привлечению денежных средств во вклад «Сезонный накопительный» нарушены требования пункта 2 части 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Закона.

В соответствии с частями 6 и 8 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 2 статьи 28, части 7 статьи 5 Закона несет рекламодатель, а также рекламопроизводитель - в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Как указано выше, **рекламодатель** это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Как следует из приведенных выше договоров и пояснений Банка **продавцом товара и лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламы, а, следовательно, и рекламодателем, - является Открытое акционерное общество «Банк Москвы».**

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу услуг по предоставлению кредита, размещаемую Открытым акционерным обществом «Банк Москвы» в период с 01.03.2012 по 23.04.2012, ненадлежащей; Открытое акционерное общество «Банк Москвы» - нарушившим требования пункта 2 части 2 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».

2. Предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Открытому акционерному обществу «Банк Москвы» не выдавать, поскольку нарушение устранено до рассмотрения настоящего дела по существу.

3. Передать материалы дела № 05-6/2-06-2012 уполномоченному должностному лицу Тверского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 05 июля 2012 года.

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

Председатель Комиссии

В.М. Фомин

Члены Комиссии

Т.С. Аренсватова

Я.А. Шибанов