

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 02-38/5р-2016

г. Магадан

Резолютивная часть решения оглашена «21» апреля 2016 г.

В полном объеме решение изготовлено «22» апреля 2016 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Магаданской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: <...>, рассмотрев дело № 02-38/5р-2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения «Азиатско-Тихоокеанским банком» (ПАО) на рекламном щите, установленном вдоль проезжей части дороги на 2-ом км Основной трассы в городе Магадане, рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита, с признаками нарушения требований, предъявляемых к рекламе финансовых услуг, в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- «Азиатско-Тихоокеанский банк» (ПАО) (675000, Амурская обл., г. Благовещенск, ул. Амурская, д. 225, ОГРН 1022800000079, ИНН/КПП 2801023444/280101001) – <...> (Доверенность <...>),

УСТАНОВИЛА:

На рекламном щите, установленном вдоль проезжей части дороги на 2-ом км Основной трассы в городе Магадане, размещена реклама финансовых услуг «Азиатско-Тихоокеанского банка» (ПАО), связанных с предоставлением кредита «Просто 15».

В правой части указанного рекламного щита содержится информация, выполненная крупным шрифтом: «15% КРЕДИТ «ПРОСТО 15»; в левой части рекламного щита указано: «АТБ Ваш Банк 8 800 755 100 www.atb.su»; остальной текст указан мелким, трудным для восприятия шрифтом («ПСК 15,074-15,146% годовых, срок кредита 6 мес., 1 год, сумма кредита 30 000 – 100 000 руб., срок действия договора: до полного исполнения обязательств сторонами, гашение кредита через кассу Банка 110 руб., через терминалы самообслуживания Банка (за исключением терминала, который производит бесплатное гашение кредита) 50 руб. за каждый платеж. «Азиатско-Тихоокеанский банк» (ПАО)»).

Определением № 37 от 29.03.2016 в отношении «АТБ» (ПАО) возбуждено производство по делу № 02-38/5р-2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, дело назначено к рассмотрению на 14.04.2016 в 10 час. 00 мин.

Согласно части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама - 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, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама; *товар* - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; *рекламодатель* - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

П о *ненадлежащей рекламой* понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4 статьи 3 Закона о рекламе).

В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

На основании 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.

Требования к рекламе финансовых услуг установлены в статье 28 Закона о рекламе.

Так, в пункте 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности 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 этих условий.

Если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием 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 Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее (часть 3 статьи 28 Закона о рекламе).

К условиям, определяющим стоимость кредита для заемщика, относятся: сумма кредита, срок кредитного договора, процентная ставка, единовременные и периодически взимаемые платежи, а также иные условия, если их включение в кредитный договор может повлиять на сумму денежных средств, которую заемщик должен выплатить кредитору по кредитному договору.

Вся необходимая и требуемая по закону информация должна доводиться непосредственно в рекламе с тем, чтобы обеспечить возможность потребителю с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор.

Рассматриваемая реклама размещена на рекламной конструкции, установленной

вдоль проезжей части дороги (на пересечении с второстепенной дорогой), и направлена на импульсивное восприятие (относительно быстрое и четкое осознание предлагаемой информации, а также ее понимание и уяснение без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания).

Часть информации, наиболее привлекательной для потребителя, - «15% КРЕДИТ «ПРОСТО 15», «АТБ Ваш Банк 8 800 755 100 www.atb.su», выполнена крупным шрифтом.

В то же время другая часть, играющая существенную роль для потребителя с целью определения конечной стоимости кредита, - «ПСК 15,074-15,146% годовых, срок кредита 6 мес., 1 год, сумма кредита 30 000 – 100 000 руб., срок действия договора: до полного исполнения обязательств сторонами, гашение кредита через кассу Банка 110 руб., через терминалы самообслуживания Банка (за исключением терминала, который производит бесплатное гашение кредита) 50 руб. за каждый платеж. «Азиатско-Тихоокеанский банк» (ПАО)», выполнена мелким, трудным для восприятия шрифтом и занимает около 6% рекламной площади, т.е. не доведена до потребителя надлежащим образом, так как хотя необходимая информация и имеется, она не может быть воспринята конечным потребителем.

Указанная реклама направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться рекламируемой услугой; существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. Следовательно, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о кредите приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

Таким образом, при формальном присутствии в рекламе необходимой информации совокупность таких обстоятельств размещения, как размер рекламной конструкции, высота и место ее расположения (вдоль проезжей части дороги, на противоположной стороне движения), размер и цвет шрифта, ограниченное время считывания информации, не позволяет потребителям воспринимать все сведения об условиях предоставляемой услуги, и, следовательно, не может рассматриваться как их фактическое наличие.

На основании изложенного, реклама финансовых услуг «Азиатско-Тихоокеанского банка» (ПАО), в соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, содержит признаки ненадлежащей рекламы, так как в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно письменным Возражениям «Азиатско-Тихоокеанского банка» (ПАО) на Определение Магаданского УФАС России № 37 от 29.03.2016, информация, представленная Банком на рекламном щите, содержит все необходимые условия, влияющие на полную и конечную стоимость кредита. Следовательно, рассматриваемая реклама отвечает признакам добросовестности и достоверности, предусмотренным статьей 5 Закона «О рекламе».

Кроме того, Определение о возбуждении дела № 37 не содержит нормативного обоснования необходимости использования определенного размера рекламного шрифта, не указаны критерии оценки воспринимаемости информации, изложенной мелким шрифтом.

В связи с изложенным Банк полагает, что при размещении рассматриваемой рекламы им были соблюдены все условия и требования, установленные статьями 5 и 28 Закона «О рекламе».

Комиссия не может согласиться с доводами, изложенными в представленных Возражениях, в силу следующего.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах применения арбитражными судами Закона о рекламе», если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то *данная информация считается отсутствующей*; соответствующая реклама признается ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Как следует из Письма ФАС России от 13.08.2010 № АК/26483 «Об усилении контроля за рекламой финансовых услуг», в случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе *мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемом на значительном расстоянии*, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами. Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие (с учетом размера рекламной конструкции и шрифта текста рекламы, а также его местоположения), *свидетельствует о недобросовестности такой рекламы*.

На заседании от 14.04.2016 Комиссией исследовано Дополнительное соглашение № 11 от 19.02.2016 к Договору оказания услуг № 04/60 от 24.11.2015, заключенному между «АТБ» (ПАО) и ООО «Мега Медиа». Согласно указанному Соглашению Исполнитель (ООО «Мега Медиа») осуществляет демонстрацию рекламных материалов Заказчика («АТБ» (ПАО)) в период, указанный в п. 1.3. Дополнительного соглашения, на рекламных конструкциях собственника (щиты двусторонние отдельно стоящие) форматом 3 × 6 м.

Как следует из пункта 1.3. Дополнительного соглашения, рекламная кампания под условным названием «АТБ» проводится путем демонстрации рекламных материалов согласно представленной в Соглашении адресной программе. Названная программа содержит, в том числе, указание на следующий адрес установки рекламной конструкции: г. Магадан, Колымское шоссе, 2Б; период демонстрации – с 01.03.2016 по 31.12.2016.

Вместе с тем, адресная программа не содержит указания на фактический адрес размещения рассматриваемой рекламы: г. Магадан, 2-й км Основной трассы. Таким образом, выявилось несоответствие адресов заказа и исполнения.

В связи с этим, в целях выяснения причин указанных обстоятельств, по ходатайству представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, на основании пункта 3.44. Административного регламента ФАС по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Приказом ФАС от 23.11.2012 № 711/12 (далее – Административный регламент), в деле был объявлен перерыв до 21.04.2016.

После перерыва рассмотрение дела было продолжено. На заседании Комиссии от 21.04.2016 представитель лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, пояснила, что на дату заседания Комиссии выявленное нарушение рекламного законодательства не устранено, реклама по-прежнему находится на том же месте.

Одновременно с этим заявлено письменное ходатайство об отложении рассмотрения дела. Указанное ходатайство мотивировано тем, что для оценки обстоятельств, опровергающих либо доказывающих вину Банка, требуется разрешение следующих вопросов: каким образом согласовывались Заказчиком и Исполнителем условия по изготовлению и размещению рекламы, был ли предоставлен Заказчику отчет Исполнителя о выполнении заказа на данную рекламу, в частности, по месту фактического ее расположения, принят ли данный отчет Заказчиком, каким образом осуществляется контроль Заказчиком за исполнением заказов по рекламе Исполнителем и ее рекламированием.

Рассмотрев указанное ходатайство, Комиссия, на основании пункта 3.44. Административного регламента, приходит к выводу об отсутствии оснований для его удовлетворения. При этом Комиссия руководствуется тем, что в силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе *рекламодатель несет безусловную ответственность* за нарушение требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

«Азиатско-Тихоокеанский банк» (ПАО) является рекламодателем рассматриваемой рекламы, следовательно, именно он несет ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

Вопрос о несоответствии адресов заказа и фактического исполнения установки рекламной конструкции может быть решен сторонами договора (Заказчиком и Исполнителем) в рамках гражданско-правового спора и не имеет существенного значения для рассмотрения настоящего дела о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу услуг «Азиатско-Тихоокеанского банка» (ПАО) связанных с предоставлением кредита, размещенную на рекламном щите, установленном вдоль проезжей части дороги на 2-ом км Основной трассы в городе Магадане, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

2. Выдать «Азиатско-Тихоокеанскому банку» (ПАО) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Магаданского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статей 198 АПК РФ.

ПРЕДПИСАНИЕ № 31

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«22» апреля 2016 г.

г. Магадан

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Магаданской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: <...>, на основании своего решения от «22» апреля 2016 г. по делу № 02-38/5р-2016 о признании ненадлежащей рекламы услуг «Азиатско-Тихоокеанского банка» (ПАО), связанных с предоставлением кредита, размещенной на рекламном щите, установленном вдоль проезжей части дороги на 2-ом км Основной трассы в городе Магадане, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. «Азиатско-Тихоокеанскому банку» (ПАО) (675000, Амурская обл., г. Благовещенск, ул. Амурская, д. 225, ОГРН 1022800000079, ИНН/КПП 2801023444/280101001) **в течение 10 дней** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита, в которой отсутствует часть существенной информации об условиях предоставления указанных услуг, что искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение относительно условий предоставления услуг, путем прекращения размещения вышеуказанной

ненадлежащей рекламы.

2. «Азиатско-Тихоокеанскому банку» (ПАО) (675000, Амурская обл., г. Благовещенск, ул. Амурская, д. 225, ОГРН 1022800000079, ИНН/КПП 2801023444/280101001) представить в Магаданское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до «12» мая 2016 года.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Магаданское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статей 198 АПК РФ.