РЕШЕНИЕ

по делу № 021/05/28-169/2020

27 июля 2020 г. г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 14.07.2020

Решение в полном объеме изготовлено 27.07.2020

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Комиссия) в составе: председатель Комиссии: «…»; члены Комиссии: «…», рассмотрев дело № 021/05/28-169/2020, возбужденное в отношении АО КБ «Хлынов» (610002, г. Киров, ул. Урицкого, 40 bank@bank-hlynov.ru, ОГРН 1024300000042, ИНН 4346013603) по признакам нарушения требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе - представителя АО КБ «Хлынов» - «…» (доверенность от 20.01.2020 № 12-20),

УСТАНОВИЛА:

Чувашским УФАС России (далее также – Управление, антимонопольный орган) в порядке части 2 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) рассмотрено дело по признакам нарушения требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе в отношении АО КБ «Хлынов» (далее также Банк, общество). Основанием для возбуждения дела послужило осуществление 12.02.2020 Управлением контрольного мероприятия по соблюдению требований Закона о рекламе при размещении наружной рекламы в границах г. Чебоксары, в связи с чем, Чувашским УФАС России выявлено на щитовой рекламной конструкции, расположенной вдоль проезжей части дороги (30-я дорога) от остановки «ТЦ Центральный» в сторону центральной дороги, размещение наружной рекламы, в том числе, следующего содержания: «Когда желания разные? Позволь себе больше С низкой ставкой по кредиту от 8,8%».

Установлено, что лицом, распространившим данную рекламу является АО КБ «Хлынов» (610002, г. Киров, ул. Урицкого, 40).

В силу требований пункта 3 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением

Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (далее - Правила), дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. При этом, согласно пункту 4 Правил, в случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы. Руководствуясь вышеизложенными нормами, с целью установления иных мест распространения рассматриваемой рекламы, Чувашским УФАС России направлены запросы в территориальные органы ФАС России. Материалами дела установлено, что аналогичная реклама имеет место размещения, в том числе, на территории подведомственной Кировскому УФАС России. В связи с чем, от АО КБ «Хлынов» поступило ходатайство (вх. от 11.03.2020 № 2459/20) о передаче дела № 021/05/28-169/2020 для рассмотрения по месту нахождения АО КБ «Хлынов» в Кировское УФАС России, поскольку аналогичная реклама Банка размещена на территории г. Киров на перекрестке ул. Московской, д. 107 а и Солнечного проезда.

При этом, в силу требований пункта 5 Правил, в случае если до возбуждения дела или в ходе его рассмотрения будет установлено, что реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, распространяется на территории, подведомственной двум и более территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, выявивший такое нарушение территориальный орган Федеральной антимонопольной службы передает материалы, свидетельствующие о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, или дело в территориальный орган Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, либо ходатайствует перед Федеральной антимонопольной службой о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела. Принимая во внимание, что рассматриваемая реклама, содержащая признаки нарушения Закона о рекламе, распространяется, в том числе, на территории,

подведомственной Кировскому УФАС России, в соответствии с требованиями пункта 5 Правил, Чувашское УФАС России направило ходатайство в ФАС России о наделении Чувашского УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении АО КБ «Хлынов» по признакам нарушения требований, определенных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе. Таким образом, ФАС России (письмо от 07.04.2020 № АК/28676/20) наделило Чувашское УФАС России полномочиями по рассмотрению дела в отношении АО КБ «Хлынов» по признакам нарушения требований, определенных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе. Пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что 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. Представленная на наружных конструкциях информация являются рекламой, поскольку обладает всеми квалифицирующими признаками рекламы. Материалами контрольного мероприятия установлено, что в рекламном сообщении крупным шрифтом до потребителя доводится привлекательная информация следующего содержания: «Когда желания разные? Позволь себе больше С низкой ставкой по кредиту от 8,8%». Между тем, в нижней части рекламного сообщения, мелким нечитаемым шрифтом, содержится иная существенная информация, указывающая навозможность в получении кредита. Из информации, представленной Банком следует, что объектом рекламирования финансовых услуг, указанных в рассматриваемой рекламе, является банковский продукт, отраженный в утвержденных Банком «Общих условиях кредитования физических лиц АО КБ «Хлынов»» и в «Параметрах финансовых продуктов для физических лиц – клиентов АО КБ «Хлынов». Размещение рассматриваемой рекламы осуществлялось на средствах наружной рекламы - рекламных щитах, расположенных в границах г. Чебоксары по адресам: Президентский бульвар (напротив ТК «Центральный» ул. Гагарина, 1), ул. Привокзальная, д. 6 (ж/д вокзал) в период с 07.02.2020 по 31.03.2020 на основании договора об оказании услуг от 20.01.2020 № 63, заключенного между АО КБ «Хлынов» и ООО «РА Дельта – План» и в границах г. Киров на перекрестке ул. Московской, д. 107 а и Солнечного проезда и на момент рассмотрения дела, согласно представленным документам и фотоматериалу, прекращено.

При этом, общество не оспаривая, что является рекламодателем данной рекламы, указывает, что исполнение всего текста рекламы только крупным шрифтом не представлялось возможным ввиду ограниченной площади поверхности рекламной конструкции и значительного объема информации, подлежащей доведению до потребителя в соответствии с

требованиями законодательства.

Кроме того, Банк полагает, что само по себе использование в рекламе неодинакового размера шрифта, а именно доведение до потребителя условия: «Когда желания разные? Позволь себе больше С низкой ставкой по кредиту от 8,8%» крупным шрифтом и иных существенных условий по кредиту меньшим шрифтом, не исключает возможности потребителей в прочтении всего объема размещаемой информации в конкретных условиях.

Таким образом, общество считает, что размещаемая им реклама содержит все требования Закона о рекламе и тот факт, что отдельный шрифт рекламы является мелким и нечитаемым, носит субъективный характер.

Оценив и проанализировав материалы и документы, а также заявленные доводы лица, участвующего в деле, Комиссия приходит к следующему.

Общие требования к рекламе установлены статьей 5 Закона о рекламе Согласно части 1 данной статьи определено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. При этом, частью 7 статьи 5 Закона о рекламе определено, что 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. Рассматриваемая реклама является рекламой финансовых услуг, в связи с чем, на нее распространяются требования, определенные статьей 28 Закона о рекламе. Частью 3 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что 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.

В рассматриваемом случае, материалы контрольного мероприятия и фотоматериал, представленный Банком, свидетельствуют о том, что на объекте наружной рекламы - отдельно стоящих рекламных конструкциях, расположенных в границах г. Чебоксары по адресу Президентский бульвар, от остановки «ТЦ Центральный» в сторону центральной дороги и г. Киров на перекрестке ул. Московской, д. 107 а и Солнечного проезда, распространяется реклама финансовых услуг АО КБ «Хлынов». При этом, в рекламном сообщении крупным шрифтом до потребителя доводится привлекательная информация следующего содержания. «Когда желания разные? Позволь себе больше С низкой ставкой по кредиту от 8,8%».

Между тем, в нижней части рекламного сообщения, мелким, не читаемым шрифтом, содержится иная информация, но являющейся существенной для потребителя, в случае принятия им положительного решения воспользоваться предлагаемой финансовой услугой. Место размещения рассматриваемой наружной рекламы на щитовых рекламных конструкциях является местом общедоступным для неопределенного круга лиц, потребителей рекламы. Каких – либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы, не установлено. При этом, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламы и конкретной стороны правоотношений, возникающих по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе определения лиц, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена. Доводы Банка об отсутствии в рекламе нарушений Закона о рекламе, добросовестности действий по размещению рекламы, читабельности шрифта, возможности при желании потребителя, прочесть мелкий шрифт, в котором, в том числе, указаны все условия в получении кредита, не могут быть приняты во внимание по следующим основаниям. Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Постановление ВАС), при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего. Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. Кроме того, вся необходимая смысловая информация должна доводиться до потребителя непосредственно в рекламе, чтобы обеспечить возможность с ней ознакомиться на момент ознакомления с рекламой, так как она может существенно повлиять на его выбор. В пункте 28 Постановления ВАС разъясняется, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности, указания всех существенных условий о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования. При этом, в рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. Поэтому, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство

приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама 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). Указанное Банком обстоятельство, что нормами Закона о рекламе не установлен размер шрифта текста рекламы является несостоятельным в силу следующего. Место размещения рекламы и ее восприятие участниками дорожного движения, в котором должна быть приведена обязательная в силу закона информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта, форма и способ его передачи может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна водить в заблуждение относительно фактических условий банковской услуги. В рассматриваемом случае, наиболее выгодное и привлекательное условие - низкая **процентная ставка от 8,8%, в то же время, *в отсутствие указания по ней такого существенного условия, как период ее действия (год, месяц, либо иной период,)*** выделено в рекламе ярко и броско, крупным шрифтом, в связи с чем, данная информация хорошо воспринимается потребителем. При этом, менее или вовсе непривлекательные обременительные условия (в том числе, фактическая стоимость кредита, надбавки и расходы заемщика, дополнительные условия или ограничения) размещены в рекламе мелким, не читаемым шрифтом, который невозможно разобрать одномоментно, и требует серьезного напряжения зрения, в том числе, в случае оказания в непосредственной близости к рекламному щиту.

Вместе с тем, необходимо учитывать, что рассматриваемые рекламные конструкции располагаются непосредственно вдоль проезжей части оживленной дороги, и таким образом, мелкий, плохо читаемый шрифт, с существенными условиями финансовой услуги, не может быть воспринят всеми категориям потребителей надлежащим образом, в том числе, одномоментно со всей информацией, размещенной в рекламе. Потенциальными потребителями данной рекламы, в основном, являются водители и пассажиры транспортных средств, которые находятся в движении, что дополнительно усложняет прочтение текста, который требует четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание. Материалами контрольного мероприятия, проведенного Чувашским УФАС России 12.02.2020, установлено, что рекламный щит расположен на городской магистрали, где средняя скорость движения транспортного средства составляет 40 км. в час, и использованный шрифт текста рекламы, с учетом скорости движения транспортных средств, не мог обеспечивать

нормального восприятия водителями и пассажирами всего содержания рекламы. Таким образом, с учетом способа и особенности размещения рассматриваемой рекламы, а также свойств человеческого зрения, все необходимые существенные условия в предоставлении финансовой услуги не воспринимаются потребителями в должной мере. Указанное обстоятельство может приводить к искажению смысла рекламы и вводить ее потребителей в заблуждение. Комиссия приходит к выводу, что именно эту особенность, с учетом места размещения рекламы, использовал Банк, предлагая ставку по своему кредитному продукту в наиболее выгодном ярком формате - от 8,8%. При этом, иные существенные условия рекламируемого продукта, в отличие от вышеуказанной процентной ставки по кредиту, указаны мелким шрифтом, затрудняющим их восприятие, разобрать которые не представляется возможным без дополнительных технических средств, в связи с чем, они являются недоступными для потребителя. Формальное присутствие в рекламе условий предлагаемой услуги, не позволяющих потребителю воспринимать их ввиду того, что они выполнены мелким нечитаемым шрифтом, не может рассматриваться как наличие этих условий (Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 07.02.2012 по делу N А79-3324/2011). Недопустимо указывать только привлекательные условия финансовой услуги– процентную ставку кредита без обозначения полной стоимости кредита и всех существенных условий (решение Московского УФАС России от 16.10.2014 по делу N 08-21/38-14). Подобного рода недобросовестная реклама может создать у потребителей иллюзию коммерчески привлекательного продукта в отсутствие полной информации обо всех его параметрах. При этом, оценка такой рекламы должна осуществляется и с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. Узнавая о скрытых аспектах получения кредита уже на стадии заключения договора по его получению, заемщику может оказаться сложнее отказаться от невыгодных для него условий, поскольку он уже пришел в банк и рассчитывал на получение кредитных средств. Используя подобную рекламу, Банк злоупотребляет правом, что является недопустимым (Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 26.05.2015 N Ф02-2148/2015). Кроме того, не допускается реклама финансовых услуг, в которой при указании хотя бы одного условия влияющего на его стоимость, отсутствуют остальные условия о рекламируемом продукте, определяющие полную стоимость кредита (часть 3 статьи 28 Закона о рекламе). В данном случае, материалы дела свидетельствуют, что спорная реклама с привлекательной для потребителя информацией размещена крупным шрифтом, а иные существенные условия получения кредита - способом, затрудняющим восприятие условий, не позволяющим всем категориям потребителей воспринимать данные сведения. При формальном

присутствии в рекламе необходимой информации такие обстоятельства, как размер рекламной конструкции, высота и место ее расположения (около автомобильной дороги, не на уровне глаз потребителя), размер шрифта, не позволяют потребителям воспринимать все сведения об условиях предоставляемой услуги, и, следовательно, она не может рассматриваться как ее фактическое наличие. Аналогичная правовая позиция изложена в постановлении Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 19.11.2014 № Ф01-4705/2014 по делу № А79- 2037/2014. Таким образом, принимая во внимание все аспекты размещения рассматриваемой рекламы финансовых услуг, Комиссия пришла к выводу, что распространение данной рекламы осуществлено с нарушением требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе. реклама, Не соответствующая требованиям Закона о рекламе в соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, признается ненадлежащей рекламой. В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение указанных требований несет рекламодатель. В силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Как следует из материалов дела, и не опровергается банком, лицом, определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы является АО КБ «Хлынов», соответственно данное общество является рекламодателем рассматриваемой рекламы. На этом основании, ответственность за выявленное нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе возлагается на АО КБ «Хлынов». При этом, материалами дела установлено, что размещение рассматриваемой рекламы на момент рассмотрения дела прекращено. Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В связи с тем, что распространение ненадлежащей рекламы осуществлялось в определенный период времени и в настоящее время прекращено, Комиссия пришла к выводу об отсутствии основания выдачи АО КБ «Хлынов» предписания о прекращении нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе. Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространяемую на средствах наружной

рекламы в границах г. Киров на перекрестке ул. Московской, д. 107 а и Солнечного проезда, г.Чебоксары, Президентский бульвар (напротив ТК «Центральный» ул. Гагарина, 1), в период с 07.02.2020 по 31.03.2020, ненадлежащей, поскольку ее содержание нарушает требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе. 2. Признать АО КБ «Хлынов» (610002, г. Киров, ул. Урицкого, 40 bank@bank-hlynov.ru, ОГРН 1024300000042, ИНН 4346013603) нарушившим часть 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 Закона о рекламе.

3. Не выдавать АО КБ «Хлынов» предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе. 4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении АО КБ «Хлынов».

Председатель Комиссии «...»

Члены Комиссии «...»