

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-28-57/00-08-14

по признакам нарушения законодательства о рекламе

«08» октября 2014 г.

г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе <..>,

рассмотрев дело № 3-28-57/00-08-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы банковских услуг ОАО АКБ «Связь-Банк»,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ОАО АКБ «Связь-Банк» (адрес: ул. Новорязанская, д. 31/7, корп. 2, г. Москва, 105066, ОГРН 1027700159288, ИНН 7710301140, КПП 775001001, дата регистрации до 1 июля 2002 года — 28.01.1999)— представитель Панферова Н.В. (доверенность № 948 от 11.12.2013);

УСТАНОВИЛА:

На основании приказа № 512/14 от 13.08.2014 руководителя ФАС России Артемьева И.Ю. была проведена проверка в отношении: Межрегиональный коммерческий банк развития связи и информатики (открытое акционерное общество) (далее - ОАО АКБ «Связь-Банк»), лицензия на осуществление банковских операций № 1470 от 17.08.2012.

По результатам проверки установлено, что с июля 2013 г. по август 2014 г. в метро посредством стикеров и щитов, а также в офисах продаж банка в г.Москве распространялась реклама вкладов и кредитов ОАО АКБ «Связь-Банк» с указанием условий предоставления финансовых услуг.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых или финансовых услуг не должны умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» если реклама услуг, связанных с предоставлением 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.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального 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.

1. Реклама вкладов «Чемпион» распространялась в метро посредством стикеров и щитов в ноябре-декабре 2013 г., реклама вкладов «Чемпион Плюс» - посредством плакатов в витринах офисов с июня 2014 г. по август 2014 г., реклама вкладов, сообщающая об акции «Осенняя акция» - посредством плакатов в витринах офисов в сентябре-октябре 2013 г.

В рекламе вкладов «Чемпион», «Чемпион Плюс», а также в рекламе вкладов, сообщающей об акции «Осенняя акция», содержится указание на одно из условий (процентная ставка), влияющих на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугой лица.

Вместе с тем иные условия, влияющие на сумму доходов, такие как срок и сумма вклада, возможность пополнения вклада, капитализация процентов и пр., в рекламе указаны формально и не могут быть восприняты потребителями в виду следующих обстоятельств.

Текст с данными условиями расположен в нижней части рекламных щитов и плакатов, визуально отделен от иной информации, составляет 1/10 часть (вкладов «Чемпион», «Чемпион Плюс») и 1/7 часть («Осенняя акция») от общей площади рекламы и выполнен мелким шрифтом в отличии от шрифта, которым указана процентная ставка по вкладу. Форма и условия размещения рекламы (в витринах офисов, в вагонах и переходах метро) не позволяют всем потребителям рекламы, находящимся на улице, в метро, воспринять (прочитать) данный текст в отличие от информации о процентной ставке по вкладу, которая в рекламе приводится крупным шрифтом. Соответственно, потребители не получают всю необходимую для осознанного выбора информацию обо всех условиях вкладов, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица.

К условиям, влияющим на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся вкладом лица, относятся сумма вклада, срок вклада, процентная ставка по вкладу, а также иные условия, если их включение в договор банковского вклада может повлиять на сумму денежных средств, которую вкладчик должен получить по договору.

Исходя из понятия рекламы, она предназначена для распространения среди неопределённого круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

То обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта, которая должна быть приведена обязательная в силу закона информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

В случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные данной рекламой финансовой услуги Банка, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий, напечатанных мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие, поскольку реклама финансовой услуги (вклад 13% годовых) является наружной, направлена на импульсивное восприятие информации потребителями и содержит информацию, в которой выделено наиболее привлекательное условие (максимальная процентная ставка по вкладу).

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации – способом, затрудняющим её восприятие (с учётом размера рекламной конструкции и шрифта текста рекламы, а также его местоположения), свидетельствует о недобросовестности рекламы.

Несмотря на формальное наличие в рекламе информации об условиях по финансовой услуге (вклад), форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют, так как размер шрифта мелкий, а также исключена возможность максимального приближения к ней потребителя (рекламные конструкции формата 3м на 6 м высотой 3м и более).

Следовательно, выполненные мелким нечитаемым шрифтом сведения в рекламе вкладов «Чемпион», «Чемпион Плюс», а также в рекламе вкладов, сообщающей об акции «Осенняя акция», не были доведены до неопределённого круга лиц надлежащим образом. В связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемых финансовых услуг.

Таким образом, в указанной рекламе вкладов, распространявшейся в метро посредством стикеров и щитов, а также посредством плакатов в витринах офисов банка в г. Москве, усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Реклама депозита «Мультивалютный» для юридических лиц распространялась посредством флаеров в офисах банка с 11.03.2014 по август 2014 г.

В рекламе депозита «Мультивалютный» указываются минимальная сумма первоначального взноса (1 млн. рублей), срок депозита (от 31 до 365 дней), а также факторы, определяющие размер процентной ставки: «Процентная ставка по вкладу зависит от суммы и срока размещения Вклада. При достижении очередной пороговой суммы процентная ставка изменяется автоматически со дня, следующего за днем достижения пороговой суммы. Ставка соответствует новой пороговой сумме».

Вместе с тем размер процентной ставки не указывается.

Таким образом, в рекламе отсутствуют все условия, влияющие на сумму

доходов, которую получают воспользовавшиеся услугой лица, что вводит потребителей в заблуждение относительно условий финансовой услуги.

Учитывая изложенное, реклама депозита «Мультивалютный» ОАО АКБ «Связь-Банк» содержит признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

3. Реклама кредитных продуктов ОАО АКБ «Связь-Банк» распространялась:

реклама кредита «Просто кредит» - посредством флаеров в офисах банка с июля 2013 г. по июль 2014 г.,

реклама потребительского кредита «Всемирный потреб» - посредством листовки в офисах банка с сентября 2013 г. по июль 2014 г.,

реклама ипотечной программы «Новостройка» - посредством буклета со вкладышем в офисах банка с октября 2013 г. по июль 2014 г.,

реклама программ ипотечного кредитования «Материнский капитал» и «Твой гараж» - посредством флаеров в офисах банка с октября 2013 г. по июль 2014 г.,

реклама ипотечной программы «Твоя ипотека» - посредством буклетов и флаеров в офисах банка с июля 2014 г.

В рекламе потребительского кредита «Просто кредит» указывается сумма кредита (от 10 до 200 тыс. рублей), срок кредитования (от 6 до 24 месяцев), процентная ставка (от 27% до 40 % годовых), способ погашения (равными по сумме (кроме первого и последнего) ежемесячными платежами в соответствии с графиком), которые влияют на стоимость кредита.

Сумма расходов, которую понесут потребители, получившие кредит в банке, формируется из тех выплат, которые осуществит заёмщик по кредитному договору в течение срока, на который выдан кредит, исходя из суммы кредита.

К условиям, определяющим стоимость кредита для заёмщика, 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 заёмщик должен выплатить кредитору по кредитному договору.

Согласно Паспорту продукта и «Тарифам ОАО АКБ «Связь-Банк» для клиентов – физических лиц за услуги, предоставляемые во всех подразделениях Банка» (далее — Тарифы банка) сумма и процентная ставка по кредиту «Просто кредит» зависит от категории заемщика и наличия страхования.

Так, категория заемщика определяется согласно внутренним документам банка с присвоением категории А, В, С.

Клиенты категории «А» могут получить максимальную сумму кредита в размере 200000 руб., клиенты категории «В» - 150000 руб., клиенты категории «С» - 100000 руб.

Процентная ставка в 27 % годовых предоставляется клиентам категории «А» при условии наличия страхования от несчастных случаев и потери работы.

Согласно Тарифам процентная ставка по кредиту «Всемирный потреб» зависит от категории клиентов.

Так, работники Банка/работники группы ВЭБ, являющиеся держателями зарплатных карт, могут получить процентную ставку по кредиту «Всемирный потреб» в пределах 15,9-17,9 % годовых на срок от 6 до 60 месяцев.

Таким образом, процентная ставка в наиболее привлекательном для потребителя размере предоставляется не каждому потенциальному клиенту Банка, а только определенным категориям заемщиков, соответствующим критериям Банка.

Информация об условиях, которые определяют тот или иной размер процентной ставки по кредиту, является для потребителя существенной и ее отсутствие в рекламе искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение относительно возможности получения кредита на более привлекательных условиях.

Перечисленные условия, от которых зависит сумма и процентная ставка кредита, влияют на стоимость кредитов «Просто кредит» и «Всем потреб» и определяют её, однако данные условия в рекламе отсутствуют, что вводит потребителей в заблуждение относительно условий финансовых услуг.

Аналогично в рекламе ипотечных программ «Новостройка», «Материнский капитал», «Твой гараж» и «Твоя ипотека» при указании условий, влияющих и определяющих стоимость ипотечных кредитов, не указаны все остальные условия, определяющие и влияющие на полную стоимость данных кредитных продуктов для заемщика.

Согласно Программе ипотечного кредитования и нецелевого кредитования под залог недвижимого имущества для физических лиц и Тарифам банка сумма кредита и процентная ставка по программе «Новостройка» зависит от категории строительного объекта и размера первоначального взноса, по программе «Материнский капитал» и «Твой гараж» - от категории заемщика, определяемой банком, и стоимости закладываемого имущества, по программе «Твоя ипотека» - от размера первоначального взноса и категории приобретаемой недвижимости.

Так, процентная ставка 10,7% по программе «Новостройка» предоставляется при наличии дополнительного обеспечения и первоначальном взносе от 50 до 90% от стоимости приобретаемого строительного объекта категории 1.

Процентная ставка 10,7% по программе «Материнский капитал» и процентная ставка 12,2% годовых по программе «Твой гараж» предоставляется при первоначальном взносе от 50 до 90%.

Процентная ставка 9,5% годовых по программе «Твоя ипотека» предоставляется по кредитам на приобретение недвижимости, принадлежащей банку или находящейся в залоге у банка. При этом процентные ставки на приобретение иной недвижимости (строящейся или на вторичном рынке) зависят от размера первоначального взноса и составляют 11,7% годовых при первоначальном взносе от 50 до 90 % от стоимости приобретаемой недвижимости, 11,9 % годовых - при первоначальном взносе от 20 до 49% от стоимости приобретаемой недвижимости, 12,6% годовых – при 0-19% от стоимости приобретаемой недвижимости,

Перечисленные условия о размере первоначального взноса, категории заемщика, стоимости закладываемого имущества и категории строительного объекта, от которых зависит сумма и процентная ставка ипотечного кредита, влияют и определяют стоимость кредита для заемщика, однако в рекламе ипотечных программ «Новостройка», «Материнский капитал», «Твой гараж» и «Твоя ипотека» данные условия не указаны, что вводит потребителей в заблуждение относительно условий финансовых услуг.

С учетом изложенного в рекламе кредитных продуктов ОАО АКБ «Связь-

Банк»: кредита «Просто кредит», потребительского кредита «Всем потреб», ипотечных программ «Новостройка», «Материнский капитал», «Твой гараж» и «Твоя ипотека», не приводятся все условия, определяющие стоимость кредита, при указании иных условий, и реклама указанных кредитных продуктов ОАО АКБ «Связь-Банк» содержит признаки нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, в рекламе банковских услуг ОАО АКБ «Связь-Банк», распространявшейся с июля 2013 г. по август 2014 г. в метро посредством стикеров и щитов, а также в офисах продаж банка в г.Москве, усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьями 5, 28 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем рекламы является ОАО АКБ «Связь-Банк» (адрес: ул. Новорязанская, д. 31/7, корп. 2, г. Москва, 105066, ОГРН 1027700159288, ИНН 7710301140, КПП 775001001, дата регистрации до 1 июля 2002 года — 28.01.1999).

Руководствуясь частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации «О рекламе»,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей распространявшуюся в ноябре-декабре 2013 г. в метро посредством стикеров и щитов рекламу вклада «Чемпион», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, в данной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях вклада, влияющих на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, что искажает содержание рекламы и потребители вводятся в заблуждение относительно условий вклада.

2. Признать ненадлежащей распространявшуюся с июня по август 2014 г. посредством плакатов в витринах офисов банка в г. Москве рекламу вклада «Чемпион Плюс», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, в данной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях вклада, влияющих на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, что искажает содержание рекламы и потребители вводятся в заблуждение относительно условий вклада.

3. Признать ненадлежащей распространявшуюся в сентябре-октябре 2013 г. посредством плакатов в витринах офисов банка в г. Москве рекламу вкладов, сообщающую об акции «Осенняя акция», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, в данной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях вкладов, влияющих на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, что искажает содержание рекламы и потребители вводятся в заблуждение относительно условий вклада.

4. Признать ненадлежащей распространявшуюся посредством флаеров в

офисах банка с 11.03.2014 по август 2014 г. рекламу депозита «Мультивалютный», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно в рекламе депозита при указании части условий депозита не приводятся все условия, влияющие на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, что искажает содержание рекламы и потребители вводятся в заблуждение относительно условий депозита.

5. Признать ненадлежащей распространявшуюся с июля 2013 г. по июль 2014 г. посредством флаеров, листовок, буклетов в офисах банка рекламу кредитных продуктов: кредита «Просто кредит», потребительского кредита «Всем потреб», ипотечных программ «Новостройка», «Материнский капитал», «Твой гараж» и «Твоя ипотека», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе указанных кредитных продуктов при указании части условий кредита не приводятся все условия, влияющие на стоимость кредита для заемщика, что искажает содержание рекламы и потребители вводятся в заблуждение относительно условий кредита.

6. Выдать ОАО АКБ «Связь-Банк» предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

7. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ОАО АКБ «Связь-Банк».

Решение изготовлено в полном объеме 13 октября 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе
по делу № 3-28-57/00-08-14

08 октября 2014 г.

г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...>

на основании своего решения от 08 октября 2014 по делу № 3-28-57/00-08-14 о признании ненадлежащей рекламы вкладов «Чемпион», «Чемпион Плюс», «Осенняя акция», распространявшейся в метро посредством стикеров и щитов, а также посредством плакатов в витринах офисов банка в г. Москве, нарушающей часть 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», рекламы депозита «Мультивалютный» ОАО АКБ «Связь-Банк» нарушающей часть 7 статьи 5, пункт 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», рекламы кредитных продуктов ОАО АКБ «Связь-Банк»(кредита «Просто кредит», потребительского кредита «Всем потреб», ипотечных программ «Новостройка», «Материнский капитал», «Твой гараж» и «Твоя ипотека») нарушающей часть 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ОАО АКБ «Связь-Банк» (адрес: ул. Новорязанская, д. 31/7, корп. 2, г. Москва, 105066, ОГРН 1027700159288, ИНН 7710301140, КПП 775001001, дата регистрации до 1 июля 2002 года — 28.01.1999) прекратить нарушения требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в указании не всех условий, влияющих на сумму доходов потребителей, в рекламе вкладов «Чемпион», «Чемпион Плюс», «Осенняя акция».

Срок исполнения предписания 15 дней со дня получения настоящего предписания.

2. ОАО АКБ «Связь-Банк» (адрес: ул. Новорязанская, д. 31/7, корп. 2, г. Москва, 105066, ОГРН 1027700159288, ИНН 7710301140, КПП 775001001, дата регистрации до 1 июля 2002 года — 28.01.1999) прекратить нарушения требований части 7 статьи 5, пункт 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в указании не всех условий, влияющих на сумму доходов потребителей, в рекламе депозита «Мультивалютный».



Срок исполнения предписания 15 дней со дня получения настоящего предписания.

3. ОАО АКБ «Связь-Банк» (адрес: ул. Новорязанская, д. 31/7, корп. 2, г. Москва, 105066, ОГРН 1027700159288, ИНН 7710301140, КПП 775001001, дата регистрации до 1 июля 2002 года — 28.01.1999) прекратить нарушения требований части 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в указании не всех условий, влияющих на сумму расходов потребителей, в рекламе кредитных продуктов ОАО АКБ «Связь-Банк» (кредита «Просто кредит», потребительского кредита «Всем потреб», ипотечных программ «Новостройка», «Материнский капитал», «Твой гараж» и «Твоя ипотека»).

Срок исполнения предписания 15 дней со дня получения настоящего предписания.

4. ОАО АКБ «Связь-Банк» представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1, 2, 3 настоящего предписания до 10 ноября 2014 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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