

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-5-8/00-08-15

21 мая 2015 г.

г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе,

рассмотрев дело № 3-5-8/00-08-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в марте 2015 года в эфире «Первого канала» рекламы финансовых услуг ОАО «Сбербанк России», сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, в присутствии представителей:

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

ОАО «Сбербанк России (адрес: ул. Вавилова, д.19, г. Москва, 117997) – Жилина Н.С.

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило обращение гражданина с претензией к рекламе вкладов ОАО «Сбербанк России», сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия под условным названием «3 кг золота», распространяемой в марте 2015 года в эфире «Первого канала».

В рекламе диктор сообщает о стимулирующей акции при открытии вкладов в «ОАО Сбербанк России»: «... в детстве Ваш вклад в любое дело мог привести к награде. Так и сейчас, вы можете получить один из трех килограммов золота или трех тысяч призов. Просто откройте вклад в Сбербанке до шестнадцатого апреля. Сбербанк - всегда рядом.»

Видеоряд рекламы с данным аудиосообщением сопровождается появлением текстового модуля с информацией «1 из 3 кг ЗОЛОТА или 1 из 3000 ПРИЗОВ», выполненной крупным хорошо читаемым шрифтом.

Кроме того, видеоряд рекламы сопровождается текстовыми сообщениями (4 блока), последовательно сменяющимися друг друга и расположенными в нижней части рекламного ролика:

«Откройте вклад или оформите сберегательный сертификат в период с 16.02.2015 по 16.04.2015, сохраните его без изменений до 30.06.2015 и получите возможность стать обладателем слитка из 1 кг золота или одного из 3000 денежных призов. Призы 1-й категории – три слитка из 1 кг золота и денежные призы, призы 2-й категории – 3000 денежных призов по 3000 рублей»;

«Срок открытия вклада или оформления сберегательного сертификата и СМС-регистрации для участия в акции – с 16.02.2015 по 16.04.2015 включительно, стоимость исходящего СМС-сообщения на короткий номер 6125 определяется оператором сотовой связи участника акции и составляет не более 1,77 рубля с НДС при нахождении не в роуминге»;



«Общий срок проведения акции - с 16.02.2015 по 16.04.2015 включительно. Имеются ограничения по типам вкладов, открываемых для участия в акции. Количество призов ограничено»;

«Информацию об организаторе акции, правилах и сроках ее проведения, о сроках регистрации для участия в акции, а также о количестве призов, сроке, месте и порядке их получения Вы можете уточнить на сайте www.sberbank.ru или по телефону 8 800 555 5550 (звонки по России — бесплатно). Реклама»

Указанные текстовые сообщения выполнены мелким нечитаемым шрифтом белого цвета на светлом фоне, размещаются в нижней части экрана, занимая не более $\frac{1}{4}$ площади кадра. Продолжительность демонстрации каждого блока соответственно составляет 5 секунд, 4 секунды, 4 секунды и 3 секунды.

Условия, приведенные в данных текстовых блоках, могут повлиять на решение потребителя принять участие в акции, проводимой ОАО «Сбербанк России», и являются существенными для них. Однако в рекламе информация о данных условиях указана мелким нечитаемым шрифтом, делая ее восприятие невозможным, а информация о привлекательных условиях выполнена крупным хорошо читаемым шрифтом.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий, выполненных мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие, поскольку реклама направлена на импульсивное восприятие информации потребителями и содержит информацию, в которой выделено наиболее привлекательное условие .

Донесение привлекательной для потребителя информации при помощи аудио-сообщения и текстового сообщения, выполненного крупным шрифтом, а менее привлекательной, но существенной информации – способом, затрудняющим её восприятие, свидетельствует о недобросовестности рекламы.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - 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.

То обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта, которым должна быть приведена существенная 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 рекламой, 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.

Информация о наличии ограничений по типам вкладов, открытие которых позволит участвовать в акции и которыми вкладчик не может пользоваться до 30.06.2015, а также информация о необходимости СМС-регистрации для участия в акции является для потребителя существенной и ее отсутствие искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение относительно возможности участия в акции и получения приза в виде 1 кг золота.

Указанная информация в рассматриваемой рекламе не доводится до потребителя ненадлежащим образом, поскольку лишь формально приводится в рекламе в форме, не позволяющей потребителям ее воспринимать, и фактически в рекламе отсутствует.

В силу статьи 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее — стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

сроки проведения такого мероприятия;

источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Вместе с тем источник информации о правилах проведения стимулирующего мероприятия под условным названием «3 кг золота», количестве призов по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке получения призов в рекламе указан также формально в форме не позволяющей потребителям воспринимать данные сведения, и фактически в рекламе отсутствуют.

Таким образом, в рекламе вкладов ОАО «Сбербанк России», сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия под условным названием «3 кг золота», распространявшейся в эфире «Первого канала» в марте 2015 года, усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 — 8 статьи 5 Закона о рекламе.

Рекламодателем указанной рекламы является ОАО «Сбербанк России» (юридический адрес: ул. Вавилова, д. 19, Москва, 117997, ОГРН 1027700132195, ИНН 7707083893, КПП 775001001, дата создания 20.06.1991).

На основании части 7 статьи 5, статьи 9 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 Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей распространявшуюся в марте 2015 г. в эфире «Первого канала» рекламу вклада ОАО «Сбербанк России», сообщающую о проведении стимулирующего мероприятия, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, в данной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях проводимой акции.

2. Признать ненадлежащей распространявшуюся в марте 2015 г. в эфире «Первого канала» рекламу вклада ОАО «Сбербанк России», сообщающую о проведении стимулирующего мероприятия, поскольку в ней нарушены требования статьи 9 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе источник информации о правилах проведения стимулирующего мероприятия под условным названием «3 кг золота», количестве призов по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке получения призов в рекламе указан формально в форме не позволяющей потребителям воспринимать данные сведения, и фактически в рекламе отсутствуют.

3. Выдать ОАО «Сбербанк России» предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 5 и статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении рекламодателя указанной рекламы - ОАО «Сбербанк России».

Решение изготовлено в полном объеме 22 мая 2015 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.