

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о наложении штрафа по делу № 4-14.3-415/00-08-15 об административном правонарушении

«08» июня 2015 г.

г. Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеваров А.Б., рассмотрев протокол и материалы дела № 4-14.3-415/00-08-15 об административном правонарушении, возбужденного по факту распространения рекламы финансовых услуг ОАО «Сбербанк России» (адрес: 117997, Россия, г. Москва, ул. Вавилова, д. 19, ОГРН 1027700132195, ИНН 7707083893, КПП 775001001, дата создания 20.06.1991), сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия под условным названием «3 кг золота» в эфире «Первого канала» в марте 2015 года,

#### УСТАНОВИЛ:

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 сменяющими 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](http://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 вводится 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, реклама вкладов ОАО «Сбербанк России», сообщающая о проведении стимулирующего мероприятия под условным названием «3 кг золота», распространявшаяся в эфире «Первого канала» в марте 2015 года, нарушает часть 7 статьи 5, статью 9 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьями 5, 9 Федерального 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)

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

ОАО «Сбербанк России» имело возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако обществом не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ОАО «Сбербанк России» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы финансовых услуг в эфире «Первого канала», сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия в марте 2015 году.

Руководствуясь частью 7 статьи 5, статьей 9, 33 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 28.9, пунктом 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Применить к ОАО «Сбербанк России» меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение законодательства о рекламе в размере 100 000 рублей.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК по г. Москве (Федеральная антимонопольная служба л/с 04731001610)

Банк получателя: Отделение 1 Московского ГТУ Банка России г. Москва 705

ИНН 7703516539

КПП 770301001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

ОКАТО 45286575000

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее **шестидесяти** дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьёй 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трёхдневный срок со дня уплаты штрафа просьба представить в Федеральную антимонопольную службу надлежащим образом заверенные копии платёжных документов **(по электронной почте [avdegtyaryova@fas.gov.ru](mailto:avdegtyaryova@fas.gov.ru))**.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП.