

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/5-4711/2020

«08» июля 2020 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/5-4711/2020, возбужденное в отношении ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» по признакам нарушения пункта 1 части 4 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в период с 10.09.2017 по настоящее время в витрине банковских офисов, расположенных на территории в том числе г. Москвы, рекламы «И пусть весь дом не уснёт. Кредиты наличными на любые цели, о которых стоит рассказать соседям...», побуждающей к совершению противоправных действий,

в присутствии ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» в лице <...> (по доверенности № 1-6/239 от 07.07.2020),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-4711/2020 возбуждено в отношении ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» на основании заявления физического лица по факту распространения в период с 10.09.2017 по июнь 2020 года в витрине банковских офисов, расположенных на территории в том числе г. Москвы, рекламы «И пусть весь дом не уснёт. Кредиты наличными на любые цели, о которых стоит рассказать соседям...».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 04.10.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700280937, ИНН/КПП 7735057951/771401001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается информация, распространяемая 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама размещалась на информационном плакате в местах обслуживания клиентов ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» в офисах, расположенных на территории г. Москвы, что подтверждается предоставленной ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» информацией по запросу.

При этом реклама направлена не во внутреннее помещение офиса ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк», а на потребителей, проходящих мимо данного офиса, что не позволяет квалифицировать данную информацию, как размещавшуюся в месте осуществления деятельности ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».

Вместе с тем, ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» представлены письменные пояснения, согласно которым спорный плакат является сувенирной продукцией с логотипом банка, изготовленный третьим лицом по заказу ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк», и размещался в офисах банка в целях информирования клиентов о возможности взятия кредита на любые цели.

В свою очередь, Комиссия Управления оценивает заявленные доводы как противоречащие друг другу, поскольку Общество не отрицает направленность своих действий по размещению данного плаката в целях привлечения внимания потребителей к услугам по предоставлению кредита, при этом никак не объясняет размещение такого плаката именно с внешней стороны офиса. Данные обстоятельства в совокупности позволяют сделать вывод, что целью распространения данного плаката было привлечение новых клиентов для предложения им кредитных услуг, поскольку при обратной ситуации, если Общество действительно хотело ознакомить клиентов с оказываемыми услугами, то разместило бы эту информацию непосредственно во внутреннем помещении офисов, где клиент фактически находится при взаимодействии с банком.

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, не установлено.

В настоящем случае объектом рекламирования являются банковские услуги по предоставлению кредита.

Таким образом, установлено, что рассматриваемая информация является

рекламой, доказательств обратного материалы дела не содержат.

Текст рассматриваемой рекламы содержит фразу: «И пусть весь дом не уснёт», а также изображение двух человек — мужчины и женщины, держащих в руках перфоратор и стоящих на фоне бетонных стен. Из комплексного восприятия изображенных на плакате людей и текста, а также общего стиля макета рекламы, представляется очевидным, что сюжетом рекламы является ремонт квартиры.

В соответствии с пунктом 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе реклама не должна побуждать к совершению противоправных действий.

Согласно части 4 статьи 17 Жилищного кодекса Российской Федерации (далее — ЖК РФ) пользование жилым помещением осуществляется с учетом соблюдения прав и законных интересов проживающих в этом жилом помещении граждан, соседей, требований пожарной безопасности, санитарно-гигиенических, экологических и иных требований законодательства, а также в соответствии с правилами пользования жилыми помещениями, утвержденными уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти.

Согласно части 4 статьи 30 ЖК РФ собственник жилого помещения обязан поддерживать данное помещение в надлежащем состоянии, не допуская бесхозяйственного обращения с ним, соблюдать права и законные интересы соседей, правила пользования жилыми помещениями, а также правила содержания общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме.

В соответствии с частью 3 статьи 23 Федерального закона от 30.03.1999 № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» содержание жилых помещений должно отвечать санитарным правилам.

В соответствии с пунктом 6 постановления Правительства Российской Федерации от 21.01.2006 № 25 «Об утверждении Правил пользования жилыми помещениями» пользование жилым помещением осуществляется с учетом соблюдения прав и законных интересов проживающих в жилом помещении граждан и соседей, требований пожарной безопасности, санитарно-гигиенических, экологических и иных требований законодательства, а также в соответствии с настоящими Правилами.

В частности Санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами (СанПиН) 2.1.2.2645-10 установлены требования к уровню шума в жилых помещениях, установленные, согласно разделу VI которого максимально допустимый уровень составляет 55 дБА с 7:00 до 23:00 и 45 дБА с 23:00 до 7:00.

Между тем, рекламный макет в сочетании с его текстовой и изобразительной частью привлекает потребителя взять деньги в кредит на ремонт и делать его вопреки установленным жилищным законодательством Российской Федерации требованиям настолько громко и активно, чтобы покой

остальных жителей дома был нарушен.

ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» в своих письменных объяснениях возражало против подобной трактовки текста рекламы, поскольку само Общество вкладывало в рекламу иной смысл, а именно: призыв взять кредит в том числе на покупку техники (например, перфоратора, изображенного в рекламе), о чем потребитель может рассказать соседям по дому, которые от такого заманчивого предложения не смогут уснуть, что сопровождается изображениями людей в дневное время суток. Из чего ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» предлагает Комиссии Управления трактовать спорную рекламу в совокупности со всеми ее частями, из чего призыва к нарушению покоя иных людей-соседей объективно не следует.

В свою очередь, Комиссия Управления, допуская подобную трактовку содержания рекламы, не находит ее подтверждения непосредственно во внешнем выражении рекламы, а именно ее художественной и текстовой частях. В частности, если Общество вкладывало в рекламу общий посыл о возможности взятия кредита на любые цели, то из всех имеющихся в рекламе надписей фраза «И пусть весь дом не уснёт» выполнена более крупно, привлекая к себе первостепенное внимание. Фраза «Кредиты наличными на любые цели, о которых стоит рассказать соседям» прямо означает то, что соседям можно рассказать не о взятом кредите, а о тех целях, для которых денежные средства понадобились, и, судя по изображению, рассказать о ремонте. Одновременно с доводом Общества об изображении молодой пары в дневное время суток в данной ситуации с безусловностью невозможно согласиться, поскольку на фотографии изображено закрытое помещение, в котором подобное освещение может быть как естественным, так и с применением осветительных приборов в ночное время суток.

Таким образом, исходя из той художественной и текстовой подачи информации в рекламном плакате, которая была выбрана ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк», Комиссия Управления считает обоснованной позицию, что реклама призывает к нарушению общественного порядка и покоя соседей в соответствии с требованиями жилищного законодательства Российской Федерации.

В связи с вышеизложенным, распространение в период с 10.09.2017 по июнь 2020 года в витрине банковских офисов, расположенных на территории в том числе г. Москвы, рекламы «И пусть весь дом не уснёт. Кредиты наличными на любые цели, о которых стоит рассказать соседям...», является нарушением пункта 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе, выразившимся в распространении рекламы, побуждающей к совершению противоправных действий.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламоатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламоателем является

изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с представленными сведениями ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» самостоятельно разработало и размещало рассматриваемую рекламу.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России при распространении в период с 10.09.2017 по июнь 2020 года в витрине банковских офисов, расположенных на территории в том числе г. Москвы, рекламы «И пусть весь дом не уснёт. Кредиты наличными на любые цели, о которых стоит рассказать соседям...», побуждающей к совершению противоправных действий, в действиях ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» установлено нарушение пункта 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно пункту 47 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно представленным ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» в материалы дела документам, распространение рассматриваемой рекламы в настоящее время прекращено. Сведения о продолжении распространения рекламы у антимонопольного органа отсутствуют, а лицом, участвующим в деле, не представлены.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписаний лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе. При этом, в случае выявления новых фактов распространения данной рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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:

Признать ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» нарушившим требования

пункт 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в витрине банковских офисов, расположенных на территории в том числе г. Москвы, рекламы «И пусть весь дом не уснёт. Кредиты наличными на любые цели, о которых стоит рассказать соседям...», побуждающей к совершению противоправных действий.

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

Председатель Комиссии <...>a

Члены Комиссии <...>a

<...>a