

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА
ПО ДЕЛУ №033/05/5-434/2022**

08 сентября 2022 года

г. Владимир

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Владимирской области (далее – Владимирское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

«...».– председатель комиссии, заместитель руководителя Владимирского УФАС России;

«...». – член комиссии, главный специалист - эксперт отдела антимонопольного контроля торгов и органов власти;

«...». – член комиссии, ведущий специалист – эксперт отдела антимонопольного контроля торгов и органов власти;

в присутствии представителя ПАО «МИнБанк» «...». по доверенности (от 31.10.2019, срок действия до 24.10.2022) № 18-04/380, о времени и месте рассмотрения дела уведомленной надлежащим образом (почтовое отправление 80080775535996),

в отсутствие ООО «Инстранить», уведомлены надлежащим образом (почтовое отправление 80080775536009),

рассмотрев материалы дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 033/05/5-434/2022 , возбужденного 11 июля 2022 г. на основании имеющимся в распоряжении антимонопольного органа печатного выпуска газеты «Районка, 21 век» № 6 от 17 февраля 2022г на стр. 8 рекламного объявления следующего содержания « Московский индустриальный банк, рефенансирование кредитов от 6,5 %, г. Вязники, ул. Ленина, д. 22 тел.: 2-41-74 режим работы: пн-пт 09:00-17:30; сб-вс выходной, « часть текста не видна» реклама», определением о возбуждении дела от 17.07.2022 №02/3277-кп в отношении АО «Московский индустриальный банк».,

У С Т А Н О В И Л А:

Владимирским УФАС России 06 июля 2022 г. установлен факт нарушения, выявлено распространение в газете «Районка, 21 век» № 6 от 17 февраля 2022г на стр. 8 рекламного объявления следующего содержания « Московский индустриальный банк, рефенансирование кредитов от 6,5 %, г. Вязники, ул. Ленина, д. 22 тел.: 2-41-74 режим работы: пн-пт 09:00-17:30; сб-вс выходной, « часть текста не видна» реклама».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ "О рекламе", реклама - 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ "О рекламе", объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Рассматриваемая информация в соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ "О рекламе" является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на

привлечение внимания к объекту рекламирования, формированию или поддержанию интереса к нему и его продвижению на рынке (далее - рассматриваемая реклама).

Объектом рекламирования в указанной рекламе является финансовая услуга и проводимая банком акция рефинансирования кредитов.

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ "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.

В рассматриваемой рекламе информация выполнена мелким шрифтом, нечитаемым без использования специальных средств.

Рассматриваемая реклама распространялась с признаками нарушения требований части 7 статьи 5 ФЗ "О рекламе", поскольку существенная информация о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования является не читаемой без использования специальных технических средств.

В частности, не поддается прочтению информация об условиях рефинансирования кредитов под 6,5%.

Федеральный закон "О рекламе" не регламентирует минимально допустимый размер шрифта, что в свою очередь не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть не читаемым при прочих равных. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации (ч. 1 ст. 5 ФЗ "О рекламе").

Необходимо учитывать, что рассматриваемая реклама содержит сочетание информации, выполненной различным шрифтом, и имеющей различное расположение на рекламном поле.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", рекламодаделец 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 о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), 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 Федерального закона N 38-ФЗ). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Совокупность указанных особенностей распространения рекламы, лишает возможности потребителей получить полный текст рекламы, делая доступным только основной текст, в котором указано: Рефинансирование кредитов от 6,5 %.

ФЗ "О рекламе" и иные нормативные правовые акты не содержат указания на минимально допустимый размер шрифта в рекламе, гарантирующий прочтение такой рекламы любым потребителем. Кроме того, отсутствует утвержденная методика определения читаемости или не читаемости шрифта, которым исполнена реклама. При таких обстоятельствах, оценка доступности текста рекламы для восприятия всегда будет носить субъективный характер.

Несмотря на формальное наличие в рекламе информации об условиях приобретения товара, услуги, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют, соответственно потребители вводятся в заблуждение о существенных условиях приобретения товара или услуги.

28 июля состоялось рассмотрение дела № 033/05/5-434/2022 в отношении АО «Московский индустриальный банк», представитель по доверенности (от 31.10.2019, срок действия до 24.10.2022) № 18-04/380 «...», представила письменные пояснения в рамках запрашиваемой информации, а именно согласованный макет рекламного объявления, выписку из Единого государственного реестра юридических лиц, свидетельства о постановке на учет Российской организации в налоговом органе по месту ее нахождения, свидетельство о внесении записи в единый государственный реестр юридических лиц о юридическом лице, зарегистрированном до 1 июля 2002 года, Устав организации АО «Московский Индустриальный банк», доверенность на представителя на «...», счета на оплату рекламного объявления, договор на предоставление рекламных услуг с ООО «Инстранить».

Также представитель добавил к пояснениям, что макет был согласован в читаемом варианте с ООО «Инстранить».

От ООО «Инстранить» никакой информации не поступало.

В заседании комиссии было принято решение о продлении срока рассмотрения дела (исх: №02/3677-кп от 01.08.2022), отложить рассмотрение дела для наиболее полного и всестороннего выяснения обстоятельств дела (исх: 02/3677-кп от 01.08.2022).

Рассмотрение дела определением отложено на 08.09.2022 в 10.00.

08.09.2022 состоялось заседание комиссии, в ходе рассмотрения дела АО «Московский индустриальный банк», согласовал полностью читаемый макет рекламного объявления, таким образом, факт нарушения рекламного законодательства не подтвердился.

В соответствии с пунктом 40 (а) Постановление Правительства РФ от 24.11.2020 N 1922 "Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе", Рассмотрение дела подлежит прекращению антимонопольным органом в следующих случаях:

а) не подтверждение в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе;

Руководствуясь пунктом 40, в связи с не подтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Производство по делу №033/05/5-434/2022 возбужденного в отношении АО«Московский индустриальный банк», прекратить.

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

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

«...»