**Р Е Ш Е Н И Е**

12 июля 2013 г. г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 11 июля 2013 года.

Решение в полном объеме изготовлено 12 июля 2013 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель: - руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии: - начальник отдела Р.Б Маргиев,

- государственный инспектор В. Г. Зиновьева,

рассмотрев дело № 42, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения ч.7 ст. 5, ч.1, п.2 ч.2, ч.3 ст.28 ФЗ «О рекламе» рекламодателем – ЗАО Банк «Советский» (Богатырский пр., д.35,корп. 1, лит. А, г. Санкт-Петербург, 197372 ИНН 3525024737 ОГРН 1027800000040) и рекламораспространителем ООО «Счастливый Липецк» (ул. Октябрьская, д.53, стр. 2, г. Липецк, 398059, ИНН 4826044351 ОГРН1044800204140) по признакам нарушения ч.1 ст.28 № 38-ФЗ «О рекламе»., в присутствии представителя: лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — представителя ЗАО Банк «Советский» по доверенности представителя по доверенности №223 от 08.04.2013г. Управляющего операционным офисом «5578» ЗАО Банк «Советский» Наталии Викторовны Нестеровой, паспорт 42 02 577539 выданный Московским отделом милиции УВД гор. Липецка выдан 02.08.2002г., в отсутствии представителя: лица, в действиях которого содержаться признаки нарушения законодательства о рекламе ООО «Счастливый Липецк»,

**У С Т А Н О В И Л А:**

Специалистами отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе было установлено, что в городе Липецк 04.06.2013г. и 07.06.2013г. на светодиодном экране, расположенном на пл. Победы в районе кинотеатра «Спутник», распространялась видео-аудио реклама ЗАО Банк «Советский» следующего содержания: Видео: «Кредит за 12 рублей в день\* БАНК СОВЕТСКИЙ … (с изображением актера Жерара Депардье)…»; Звук: «что у них еще хорошо, кредит наличными на руки в день обращения выдают, проценты разумные, сроки понятные вот по этому и Советский кредит наличными всего за 12 рублей в день банк Советский».

Помимо указанной информации, в рекламном ролике, начиная с 09 по14 секунду на экране имеется большой объем информации: *«Условия кредитования от 01.04.2013г.(ТП «12 в день СТ»):сумма – от 10000 до 50000рублей;срок – 12 месяцев, ставка 71,9% годовых. Обязательно страхование заемщика от несчастных случаев и болезней по тарифам выбранной страховой компании, выгодоприобретатель – ЗАО Банк «Советский». Сумма страховой премии за весь срок страхования включается в сумму кредита. Документы – паспорт гражданина РФ. Банк вправе потребовать любые другие дополнительные документы. Погашение кредита – ежемесячно, аннуитетными платежами. Досрочное погашение – без штрафных санкций. Пени на просроченный платеж – 1% от суммы просроченного платежа в день. Возраст заемщика – от 21 года до 60 лет мужчины и 55 лет женщины, обязательно наличие регистрации на территории обслуживания Банка. Стаж на последнем месте работы не менее 3 мес. Срок рассмотрения заявки – 1 час. Банк имеет право отказать в выдаче кредита без объяснения причин. Плата за прием наличных средств в погашение денежных обязательств по кредиту через кассы ЗАО Банк «Советский» - 75 рублей. Фактическое получение кредита наличными в день подачи заявки возможно при обращении заёмщика в отделение Банка до 17.00 рабочего дня при предъявлении паспорта \* Указана сумма процентов по кредиту 10000 рублей, взятому на срок 12 месяцев. ЗАО Банк «Советский». Лицензия ЦБ РФ №558. Реклама. 8 800 555 25 25 www.sovbank.ru»*, выполненной таким образом, что она не воспринимается потребителем рекламы, не подвергается прочтению невооруженным глазом, не воспринимаемая без применения специальных технических средств. Прочтение информации, изображенной таким образом (шрифт, цветовая гамма), не возможно, о чем свидетельствует запись рекламного ролика на цифровом носителе. Затрудняет прочтение информации хронометраж рекламы, всего 14 секунд.

Необходимо отметить, что технические условия размещения рекламы (хронометраж рекламного ролика составляет 14 секунд, а изображение существенной информации обязательной в силу закона размещалось начиная (с 09 секунды рекламного ролика) лишают возможности потребителей получить полный текст рекламы, делая доступным только основной текст.

Ввиду того, что сведения, обязательные в силу закона, изображены таким образом, что они не воспринимаются потребителем (шрифт, цветовая гамма), не поддаются прочтению без специальных средств, изображение этой рекламы, находится на довольно таки большом расстоянии от неопределенного круга лиц, информация, обязательная в силу закона, не подкреплена звуковым сопровождением, имеющийся звук заглушается значительным количеством проезжающего транспорта, т.к. площадь Победы является одной из главных городских транспортных развязок, можно сделать вывод о том, что потребитель рекламы лишён возможности ознакомиться с её подробным описанием.

10.06.2013 г. в адрес ООО «Счастливый Липецк» - рекламораспространителя - Липецким УФАС России был направлен запрос о предоставлении информации. В ответ на запрос общество представило копии запрашиваемых документов.

Из представленных документов следует, что рекламодателем указанной выше рекламы является ЗАО Банк «Советский», а рекламораспространителем ООО «Счастливый Липецк». Согласно представленным обществом документам, видеоролик предоставлен ЗАО Банк «Советский», размещение планируется с 10.04.2013г. по 09.07.2013г. согласно приложению №01 от 05.04.2013г. к договору №28 от 05.04.2013г. количество прокатов в сутки 288 раз. Часть текста рекламы, о которой шла речь выше, в предоставленном обществом рекламном ролике при просмотре также не подвергается прочтению.

Формальное присутствие в рекламе сведений о наименовании лица, оказывающего финансовые услуги и иные существенные условия предоставления кредита, изображены таким образом, что они не воспринимаются и не позволяют потребителю ознакомиться с данными сведениями, не может рассматриваться как их наличие.

В виду того, что привлекательная для потребителя информация является читаемой и сопровождается звуком, следовательно является доступной: «кредит за 12 рублей в день Банк Советский …», а информация, которая обязательна в силу закона, изображена таким образом, что исключает факт её восприятия, антимонопольный орган приходит к выводу, что в размещаемой посредством светодиодного экрана рекламном ролике - сведения о наименовании лица, оказывающего финансовые услуги и условия предоставления кредита - отсутствуют. В рекламной информации, доступной для восприятия, нет ни единого слова о том, что указанная сумма процентов (12 рублей в день) относиться к сумме кредита в размере 10000 рублей, взятому на срок 12 месяцев.

Делая вывод о невозможности ознакомления со всей информацией, содержащейся в рекламном ролике, антимонопольный орган руководствуется совокупностью следующих обстоятельств размещения рекламы: информация обязательная в силу закона изображена таким образом, что не поддаётся прочтению без специальных средств, не имеет звукового сопровождения, изображение этой рекламы, находится на довольно таки большом расстоянии от неопределенного круга лиц, хронометраж рекламного ролика составляет 14 секунд, а информация, обязательная в силу закона, размещена начиная с 09 секунды рекламного ролика.

Статья 1 ФЗ «О рекламе» в числе целей данного Федерального закона устанавливает в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно п.1 ст.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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п.2 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что 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.

п.3 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Особое внимание также следует обратить на Письмо ФАС России от 29.11.2010 № АК/41963.

Так, в соответствии с Письмом Федеральной антимонопольной службы России, являющейся уполномоченным органом на дачу разъяснений по вопросам применения рекламного законодательства, от 29.11.2010 № АК/41963 «О применении Федерального закона «О рекламе» в случае выявления фактов доведения в рекламе до сведения потребителей существенной информации мелким нечитаемым шрифтом», при оценке рекламы следует учитывать то, что исходя из понятия рекламы она предназначается для распространения среди неопределенного 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. При этом то обстоятельство, что нормами ФЗ «О рекламе» не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей. С учетом изложенного, 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 неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

А так же согласно Постановлению Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ №58 от 08 октября 2012г., рекламодатель 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 обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому, если соответствующая информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт, цветовая гамма и т.п.), и это обстоятельство приводит к искажению смысла информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то такая информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Реклама ЗАО Банк «Советский» банковской услуги направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, при этом существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие каких-либо сведений об условиях получения кредита может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой.

Правовое регулирование обязательств по кредиту осуществляется нормами главы 42 Гражданского кодекса Российской Федерации, где установлено несколько видов кредитования: банковский, товарный и коммерческий.

Согласно пункту 1 статьи 819 Гражданского кодекса Российской Федерации следует, что под кредитом понимаются денежные средства, предоставленные заемщику банком или иной кредитной организацией (кредитором) по кредитному договору в размере и на условиях, предусмотренных договором.

В соответствии со ст.30 ФЗ «О банках и банковской деятельности» отношения между Банком России, кредитными организациями и их клиентами осуществляются на основе договоров, если иное не предусмотрено федеральным законом. В договоре должны быть указаны процентные ставки по кредитам, стоимость банковских услуг и сроки их выполнения, в том числе сроки обработки платежных документов, имущественная ответственность сторон за нарушения договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, а также порядок его расторжения и другие существенные условия договора.

Между тем, в нарушение части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама не содержит сведений о лице, оказывающего предоставление кредита.

Согласно ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Потребителю важно знать какое лицо делает заманчивое предложение о финансовой услуге. Поэтому в рекламе банковских, страховых и иных финансовых услуг в обязательном порядке следует указывать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги. Указание правильных реквизитов организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей. Наименование юридического лица включает в себя кроме непосредственного названия обязательное указание на его организационно-правовую форму (ООО, АО и иные).

Согласно ст.7 ФЗ от 02.12.1990г. №395-I «О банках и банковской деятельности»: «Кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Кредитная организация вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Фирменное наименование кредитной организации на русском языке и языках народов Российской Федерации может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции или в транскрипциях языков народов Российской Федерации, за исключением терминов и аббревиатур, отражающих организационно-правовую форму кредитной организации.

Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов «банк» или «небанковская кредитная организация».

Иные требования к фирменному наименованию кредитной организации устанавливаются Гражданским кодексом Российской Федерации.

Согласно статье 54 Гражданского Кодекса РФ наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно правовую форму. Наименование - индивидуализирующий признак организации. Без его наличия не может быть образовано и вести деятельность юридическое лицо. Требования настоящего закона предусматривают обязательность указания наименования юридического лица при размещении рекламы банковских, страховых и иных финансовых услуг.

В связи с этим, руководствуясь ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе», в рекламе необходимо указание наименования лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилия, имя, отчество), которое в рекламе ЗАО Банк «Советский» отсутствует.

В соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна: умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

ч.3 ст.28 Федерального закона «О рекламе» говорит: если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

Исходя из норм Закона о банках и банковской деятельности, условие о размере процентной ставки является существенным для кредитного договора, которое указано в рекламе, и в связи с чем должны быть указаны иные существенные условия.

Исходя из ГК РФ, существенными условиями кредитного договора являются: сумма кредита, срок и порядок его предоставления заемщику, срок и порядок возврата полученного кредита, размер и порядок уплаты кредитору процентов, которые в рекламе не указаны.

Согласно ч.6 ст.38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных в частности статьей 28 и ч. 7 ст.5 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель, которым, в силу п.5 ст.3 ФЗ «О рекламе», является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть ЗАО Банк «Советский».

Согласно ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности, частью 1 статьи 28 Закона несет рекламораспространитель, которым в силу пункта 7 статьи 3 Закона является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, то есть ООО «Счастливый Липецк».

В соответствии с указанными выше фактами, реклама ЗАО Банк «Советский» как лица, определившего объект рекламирования и (или) содержание рекламы: Видео: «Кредит за 12 рублей в день\* БАНК СОВЕТСКИЙ … (с изображением актера Жерара Депардье)…»; Звук: «что у них еще хорошо, кредит наличными на руки в день обращения выдают, проценты разумные, сроки понятные вот по этому и Советский кредит наличными всего за 12 рублей в день банк Советский», распространяемая на светодиодном экране, расположенном на пл. Победы в районе кинотеатра «Спутник» г. Липецк, 04.06.2013г. и 07.06.2013г., не содержит обязательного наименования лица, оказывающего банковские услуги, умалчивает об иных условиях предоставления кредита и не содержит все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

Следовательно, реклама ЗАО Банк «Советский» содержит признаки нарушения ч.7 ст.5, ч.1, п.2 ч.2, ч.3 ст.28 ФЗ «О рекламе», реклама распространяемая ООО «Счастливый Липецк» содержит признаки нарушения ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе».

На рассмотрении дела № 42 по признакам нарушения законодательства о рекламе 11 июля 2013 года, представитель по доверенности ЗАО Банк «Советский» Нестерова Наталия Викторовна, отметила, что видео-ролик, указанной рекламы, изготовлен Банком, в рекламе сделан акцент на приоритетные условия кредитования. Так же Н.В. Нестерова отметила, что в рекламе наименование банка указано, только не в полном объеме.

Данный довод не может быть принят комиссией Липецкого УФАС, т.к. согласно статье 54 ГК РФ наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно правовую форму, а так же в соответствии с Постановлением Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ №58 от 08 октября 2012г., если реклама обязательных сведений или условий оказания услуг изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт, цветовая гамма), и это обстоятельство приводит к искажению смысла информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то такая информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Следовательно, если с одного и того же расстояния для потребителя рекламы доступен объект рекламирования, приоритетные условия кредитования, значит должна быть доступна и остальная информация, обязательная в силу закона.

По словам Н.В. Нестеровой реклама, указанная выше, не распространяется, однако доказательства представлены не были.

Комиссия Липецкого УФАС России считает, что формальное присутствие в рекламе текста, необходимого для размещения при сообщении в ней о наименовании лица, оказывающего банковскую услугу, иные условия предоставления кредита и условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее – изображены таким образом, что он не воспринимается потребителем рекламы, затрудняет прочтение информации хронометраж рекламы, всего 14 секунд, следовательно информация, обязательная в силу закона, не может рассматриваться как фактическое наличие.

Таким образом, исходя из положений п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе», рекламой является только информация, распространенная каким-либо способом. Информация, изображенная таким образом, что не воспринимается потребителем, не обеспечивающая достижения главной цели рекламы – привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, не может рассматриваться как распространенная и размещенная в установленном порядке. Отсутствие в ФЗ «О рекламе» и подзаконных нормативных актах требований к размеру шрифта само по себе не означает правомерность и возможность размещения (распространения) нечитаемой рекламы (информации), смысл и содержание которой будут недоступны для восприятия потребителями.

Комиссией учтены такие обстоятельства, влияющие на невозможность восприятия информации как технические условия размещения рекламы: место расположения – рядом с проезжей частью дороги, на довольно таки дальнем расстоянии от неопределенного круга лиц, отсутствие возможности у потребителя рекламы ознакомиться с полным содержанием рекламы, а так же тот факт, что информация привлекательная для потребителя хорошо видна и сопровождается звуком, и одновременно изображение большого объема существенной информации, обязательной в силу закона, появляется на экране с 09 по 14 секунды рекламного ролика, не подкреплена звуковым сопровождением, следовательно доступным для потребителя является только основной текст.

Оценив имеющиеся в материалах дела доказательства в их совокупности, Комиссия приходит к выводу о том, что реклама ЗАО Банк «Советский» распространенная ООО «Счастливый Липецк», не содержит информации о наименовании лица, оказывающего банковские услуги, умалчивает об иных условиях предоставления кредита и не содержит все остальные условия, следовательно искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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 Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области

**Р Е Ш И Л А:**

1. Признать ненадлежащей рекламу ЗАО Банк «Советский» следующего содержания: ««Видео: «Кредит за 12 рублей в день\* БАНК СОВЕТСКИЙ … (с изображением актера Жерара Депардье)…»; Звук: «что у них еще хорошо, кредит наличными на руки в день обращения выдают, проценты разумные, сроки понятные вот по этому и Советский кредит наличными всего за 12 рублей в день банк Советский», поскольку она содержит нарушение требований ч.7 ст.5, ч.1, п.2 ч.2, ч.3 ст.28 ФЗ «О рекламе», распространенную ООО «Счастливый Липецк» в городе Липецк на светодиодном экране 04.06.2013г. и 07.06.2013г., расположенном на пл. Победы в районе кинотеатра «Спутник», поскольку она содержит нарушение требований ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ЗАО Банк «Советский» и ООО «Счастливый Липецк» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в арбитражном суде в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель комиссии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.А. Сешенов

Члены комиссии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Р.Б. Маргиев

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.Г. Зиновьева