****

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ**

**ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

**РЕШЕНИЕ № Р13/63-03**

24.06.2013г. г. Тюмень

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Председатель Комиссии: | Поткина И.В. | - заместитель руководителя управления; |
| Члены Комиссии: | Полухин Д.А.  Огнева Е.Н. | - заместитель начальники отдела;  - ведущий специалист-эксперт, |

рассмотрев дело № Р13/63 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения «Запсибкомбанк» ОАО (далее также Общество, Банк) рекламы финансовых услуг, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии представителей «Запсибкомбанк» ОАО

**УСТАНОВИЛА:**

Тюменским УФАС России был выявлен факт распространения наружной рекламы на рекламной конструкции, размещенной по адресу: г. Тюмень ул. 50 лет Октября, напротив дома 39 следующего содержания: «ВКЛАДЫ ЗАПСИБКОМБАНК Больше плюсов 8-800-100-5005 (звонок по РФ бесплатно) [www.zapsibkombank.ru](http://www.zapsibkombank.ru) 10% х 2 = 20% Двойная прибыль +высокие ставки до 10% за 90 дней + шанс удвоить проценты по вкладу» данная рекламная информация выполнена крупным шрифтом. В нижней части рекламы имеется текст, выполненный мелким нечитаемым шрифтом. Рекламная конструкция размещена на разделительной полосе проезжей части и обращена рекламой по направлению к ул. Холодильной г. Тюмени (акт осмотра наружной рекламы от 15.04.2013г.).

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) предусмотрено, что реклама банковских услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которую получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Таким образом, при наличии в рекламе банковских услуг, в том числе услуг, связанных с принятием вклада, пользованием им и его погашением, хотя бы одного из условий, влияющих на сумму доходов или расходов, которые получат или понесут воспользовавшиеся этими услугами лица, в ней следует указывать все иные условия, которые влияют на фактическую сумму расходов или доходов, которые могут возникнуть в связи с использованием рекламируемых банковских услуг.

В соответствии с частью 7 статьи 5 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.

Рассматриваемая реклама ОАО «Запсибкомбанк» направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться предоставляемой услугой. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми банковскими услугами.

Указание в рекламе услуг по принятию вкладов от населения максимальной ставки, определяющей размер начисляемых по вкладам процентов, само по себе не позволяет потребителю, проявляющему интерес к рекламируемой банковской услуге, получить достаточные сведения о фактической доходности вклада, в связи, с чем способствует формированию у него неверных представлений о сумме денежных средств, которую можно получить, воспользовавшись рекламируемым продуктом.

Тюменским УФАС России в адрес заведующего кафедры социальных технологий ГОУ ВПО «Тюменский государственный нефтегазовый университет» было направлено письмо о проведении социологического опроса. Согласно представленным анкетам из 19 человек, участвующих в опросе, только один ответил, что условия, изложенные мелким шрифтом в рекламе, являются читаемыми.

Кроме того, в соответствии со статьей 9 Закона о рекламе, в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1) сроки проведения такого мероприятия;

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

Из содержания рекламы следует, что спорная реклама содержит лишь информацию о сроках проведения лотереи и о датах проведения розыгрышей. Информация о количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения, об организаторе мероприятия отсутствует.

Определением от 21.05.2013 №Р13/63-01 возбуждено дело по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в отношении «Запсибкомбанк» ОАО.

Согласно письменным объяснениям Общества (вх.4746 от 19.06.2013г.) данный баннер с рекламной информацией Банка ориентирован на определенную категорию физических лиц, а именно: водителей и пассажиров городского транспорта, для которых, по мнению «Запсибкомбанк» ОАО, текст рекламы доступен и читаем в полном объеме. Размещение рекламной информации на баннере рассчитано исключительно на лиц, находящихся в транспорте, движущемся в плотном потоке (приблизительное время с 7:30 до 10:00 и с 17:00 до 20:00). Так как данная рекламная конструкция размещена под углом к удаленной от баннера пешеходной зоне (около 10 метров), то для потребителей, являющихся пешеходами, данная реклама не предназначена, соответственно, доступ к просмотру рекламной информации на конструкции ограничен. Любая информация, размещенная на рекламном баннере в данном месте, может считываться автомобилистами только при медленном потоке от 0 до 20 км/ч. Цели ознакомления с данной рекламой пешеходов Банк не преследовал, в связи с чем рекламная конструкция размещена Банком под углом к удаленной от баннера пешеходной зоне

На рассмотрении дела представители «Запсибкомбанк» ОАО не признали вменяемое нарушение, пояснив, что Банком был выбран способ размещения рекламы, текст которой доступен в полном объеме определенной целевой аудитории – автомобилистам и пассажирам частного и общественного городского транспорта. При этом информация изображена таким образом, что она легко воспринимается потребителем на движущемся автомобиле (шрифт (кегль), цветовая гамма – черные буквы на белом фоне). Также, по мнению представителей «Запсибкомбанк» ОАО, в действиях Банка отсутствуют признаки нарушения статьи 9 Закона о рекламе, поскольку предусмотренная данной статьей обязательная информация указана в рекламе, источник информации об организаторе такого мероприятия указан следующим образом: «8-800-100-5005 (звонок по РФ бесплатно), www.zapsibkombank.ru».

Комиссия, исследовав письменные доказательства по делу, заслушав представителей сторон, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Таким образом, вышеуказанная информация является рекламой.

«Запсибкомбанк» ОАО является действующим юридическим лицом, ОГРН 1028900001460, ИНН/КПП 7202021856/720201001, адрес места нахождения: 625000, г.Тюмень, ул. 8 Марта, 1. Банк осуществляет банковские операции на основании лицензии № 918 от 30.08.2006г., выданной Центральным банком Российской Федерации.

В соответствии со статьей 1 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности», пунктом 6 статьи 4, пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135 «О защите конкуренции» «Запсибкомбанк» ОАО является кредитной, финансовой организацией, осуществляющей финансовые, банковские услуги.

Следовательно, вышеуказанная реклама «Запсибкомбанк» ОАО о вкладе «Двойная прибыль» является рекламой финансовой (банковской) услуги – вклада, где указаны условия, влияющие на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся этой услугой лица.

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе предусмотрено, что реклама банковских услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которую получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В рассматриваемой рекламе вклада «Двойная прибыль» «Запсибкомбанк» ОАО крупным шрифтом выделены наиболее привлекательные для потребителей условия - «10% х 2 = 20% Двойная прибыль + высокие ставки до 10% за 90 дней + шанс удвоить проценты по вкладу».

Вместе с тем, иные условия вклада, при которых будет действовать данная процентная ставка, указаны формально и не могут быть восприняты потребителями, поскольку данные сведения представляются потребителям мелким шрифтом.

Указанные выше особенности лишают потребителей рекламы возможности воспринимать ее в полном объеме, делая доступным для нормального восприятия только текст рекламы, выполненный крупным шрифтом, что в отсутствие доступных для нормального восприятия сведений о существенных условиях рекламируемого банковского вклада приводит к искажению смысла информации и вводит потребителей в заблуждение.

Формальное наличие в рекламе существенной информации об условиях договора банковского вклада, при ненадлежащей форме представления соответствующих сведений, не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе. Информация о существенных условиях вклада выполнена столь мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, что делает невозможным ее восприятие потребителями, которым она адресована, и вводит их в заблуждение относительно условий по рекламируемому вкладу.

Использованный в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

Учитывая место расположения рекламной конструкции, необходимость восприятия рекламы со значительного расстояния, ограниченное время считывания рекламной информации, неодинаковый размер шрифта, которым указана привлекательная для потребителя информация о рекламируемой услуге и существенная для потребителя информация, потребитель лишен возможности полностью воспринять текст размещенной рекламы.

Таким образом, в рекламе вклада «Двойная прибыль» «Запсибкомбанк» ОАО при указании одного из условий вклада (процентной ставки по вкладу), иные условия, при которых будет действовать данная процентная ставка, не могут быть восприняты потребителями, и соответственно отсутствуют.

Таким образом, в рекламе «Запсибкомбанк» ОАО, размещенной на рекламной конструкции, по адресу: г. Тюмень ул. 50 лет Октября, напротив дома 39 следующего содержания: «ВКЛАДЫ ЗАПСИБКОМБАНК Больше плюсов 8-800-100-5005 (звонок по РФ бесплатно) [www.zapsibkombank.ru](http://www.zapsibkombank.ru) 10% х 2 = 20% Двойная прибыль +высокие ставки до 10% за 90 дней + шанс удвоить проценты по вкладу»*,* нарушены требования пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Довод «Запсибкомбанк» ОАО о том, что в действиях Банка отсутствуют признаки нарушения статьи 9 Закона о рекламе, поскольку предусмотренная данной статьей обязательная информация указана в рекламе, а именно: источник информации об организаторе такого мероприятия указан как: «8-800-100-5005 (звонок по РФ бесплатно), [www.zapsibkombank.ru»](http://www.zapsibkombank.ru), не может быть принят во внимание, поскольку данная ссылка не является надлежащим исполнением требований [пункта 2 статьи 9](consultantplus://offline/ref=4A542EC07D7037C8E87755CE596F511D03CE680E69EB615B082A27E200D2EA79A765B921D76416D5yFd0K) Закона N 38-ФЗ, так как эта ссылка не доводит до потребителя рекламы сведения о Лотереи и не содержит информации о том, какие именно сведения можно получить по телефону и на сайте Банка, имеют ли они отношения к стимулирующему мероприятию или иной информации о Банке. Кроме того, проведенный социологический опрос также показал, что из 19 человек только один ответил положительно на вопрос: «Видите ли Вы информацию о проводимой лотерее?».

В соответствии с пунктом 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 7 статьи 5 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.

Рассматриваемая реклама «Запсибкомбанк» ОАО направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться предоставляемой услугой и акцией. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми банковскими услугами.

Таким образом, текст, содержащий существенные условия вклада «Двойная прибыль» и проводимой акции, выполненный мелким шрифтом, остается недоступным для прочтения потребителями, следовательно, указание существенных условий в рекламе носит формальный характер и не доводится до потребителя в надлежащем виде.

То обстоятельство, что нормами Закона о рекламе не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителя.

Кроме того, исходя из понятия рекламы, реклама предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи, с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступной потребителю при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств. Довод Общества о том, что реклама предназначалась только для водителей и пассажиров транспорта, движущегося с определенной скоростью – до 20 км/час, является несостоятельным. Во-первых, такая ограниченная скорость потока (до 20 км/час) бывает далеко не всегда. Кроме того, потенциальными потребителями рекламы являются не только водители и пассажиры, но и пешеходы.

Указание в рекламе существенных условий о предоставляемом вкладе на грани видимости, направлено на формальное исполнение требований закона, а не на достижение цели подобного требования.

Как разъяснено в [пункте 28](consultantplus://offline/ref=C54BF69DD831BC5CB92560A9AB95B6479ADF56E87E5B6EBE0915B8FB820F1D526B0F042C2AC8AF45NDM5K) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые [Законом](consultantplus://offline/ref=C54BF69DD831BC5CB92560A9AB95B6479ADE57ED795A6EBE0915B8FB82N0MFK) о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), 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](consultantplus://offline/ref=C54BF69DD831BC5CB92560A9AB95B6479ADE57ED795A6EBE0915B8FB820F1D526B0F042C2AC8AF44NDM5K) Закона о рекламе).

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Исходя из вышеизложенного, реклама «Запсибкомбанк» ОАО, размещенная на рекламной конструкции, по адресу: г. Тюмень ул. 50 лет Октября, напротив дома 39 следующего содержания: «ВКЛАДЫ ЗАПСИБКОМБАНК Больше плюсов 8-800-100-5005 (звонок по РФ бесплатно) [www.zapsibkombank.ru](http://www.zapsibkombank.ru) 10% х 2 = 20% Двойная прибыль +высокие ставки до 10% за 90 дней + шанс удвоить проценты по вкладу» не соответствует требованиям части 7 статьи 5 Закона о рекламе, так как не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителя.

В материалы дела представлен договор от 01.04.2007 г. №3138-Л-113 на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, согласно которому Банку предоставляется право установить и эксплуатировать рекламную конструкцию по адресу: ул.50 лет Октября, 39 (разделительная полоса).

Также в материалы дела предоставлен договор подряда на выполнение монтажных работ от 21.06.2005г. №08/5-16, заключенный с ЗАО «ПКФ «Глетчер», на выполнение работ, связанных с монтажом (демонтажом) рекламных носителей Заказчика.

Таким образом, в соответствии с материалами дела, рекламодателем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является «Запсибкомбанк» ОАО.

На рассмотрении дела представители «Запсибкомбанк» ОАО пояснили, что рассматриваемая реклама демонтирована. Представлен акт от 31.05.2013г., согласно которому ЗАО ПКФ «Глетчер» выполнил демонтаж старого и монтаж нового баннерного изображения на рекламном щите по ул.50 лет Октября, 39. Данная реклама распространялась не только в г.Тюмени, но и в других городах Тюменской области: Тарко-Сале, Салехард, Надым, Нижневартовск, Новый Уренгой, Тобольск, Ишим, Ханты-Мансийск, Нефтеюганск, Сургут, Нягань. Время размещения данной рекламы с 06 марта 2013г. по 28 мая 2013г. После 28 мая 2013г. данная реклама не распространялась.

Вместе с тем, в материалах дела имеется акт осмотра наружной рекламы от 05.06.2013г., согласно которому реклама вклада «Двойная прибыль» и лотереи размещалась по адресу: ул.Республики, 129, возле Тюменского Драматического театра.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 и пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 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

**РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу «Запсибкомбанк» ОАО следующего содержания: «ВКЛАДЫ ЗАПСИБКОМБАНК Больше плюсов 8-800-100-5005 (звонок по РФ бесплатно) [www.zapsibkombank.ru](http://www.zapsibkombank.ru) 10% х 2 = 20% Двойная прибыль +высокие ставки до 10% за 90 дней + шанс удвоить проценты по вкладу», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, статьи 9, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать «Запсибкомбанк» ОАО предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель комиссии

Члены комиссии