

Реклама Совкомбанка вводит в заблуждение об условиях кредита

04 марта 2015, 11:36

ФАС России 26 февраля этого года оштрафовала ПАО «Совкомбанк» на 100 тысяч рублей за рекламу кредита «Денежный кредит под 12%».

Ранее Комиссия ФАС России на основании требований часть 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» признала рекламу ненадлежащей, поскольку форма и условия размещения рекламы не позволяют потребителям получить всю необходимую для осознанного выбора информацию обо всех условиях кредита, влияющих на сумму расходов.

С претензией к рекламе «Денежный кредит под 12%» ПАО «Совкомбанк» в ФАС России обратился гражданин. Реклама распространялась посредством баннеров в Интернете, посредством стикеров в наземном транспорте, а также в эфире «Первого канала». В рекламе «Денежный кредит под 12%», распространявшейся в эфире «Первого канала», крупным шрифтом сообщалось (в форме текста и дополнительно в форме аудио-сообщения в рекламном видеоролике): ВЫ ПЕНСИОНЕР? 12 %*. ДАДИМ ВАМ. Совкомбанк».

Текст с иными условиями кредита (срок и сумма кредита), влияющими на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, размещался в рекламном видеоролике на 20% площади кадра в течение 4 сек. и выполнен мелким нечитаемым шрифтом белого цвета на голубом фоне. Следовательно, выполненные мелким нечитаемым шрифтом сведения в рекламе кредита не были доведены до восприятия широкого круга лиц надлежащим образом. В результате потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и введен в заблуждение о предлагаемой финансовой услуге.

Несмотря на формальное наличие в рекламе информации об условиях по кредиту, форма предоставления этих сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют, так как размер шрифта мелкий.

Вместе с тем, указание в рекламе кредитов лишь отдельного условия (процентная ставка) само по себе не позволяет потребителю, проявляющему интерес к рекламируемой услуге, получить достаточные сведения о данной услуге, что способствует формированию неверных представлений о сумме расхода, который понесут воспользовавшиеся услугами граждане.

Заместитель начальника управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Ирина Василенкова напомнила, что «размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации – способом, затрудняющим её восприятие (с учётом размера шрифта текста рекламы), свидетельствует о недобросовестности рекламы».

Согласно части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие

на нее.

В соответствии с частью 7 статьи 5 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.