

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 10

о наложении штрафа по делу № 4-05/2

об административном правонарушении

20 февраля 2015 года

г. Хабаровск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 21 января 2015 года и материалы дела № 4-05/2 об административном правонарушении, в отношении ПАО «МТС - Банк» (ИНН7702045051, местонахождение: г. Москва, Андропова пр-т, 18, корп. 1) в связи с распространением рекламы финансовых услуг.

Дело рассмотрено в отсутствие представителя ПАО «МТС - Банк», надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела.

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 02 декабря 2014 года отслежена реклама (хронометраж 20 секунды) ОАО «МТС - Банк», распространяемая на телевизионных каналах «бТВ» и «СТС», в которой содержалась:

- звуковая информация:

«Представляем сильнейшее согревающее средство от зимней стужи - это вклад «Горячий» от МТС – банка с повышенной процентной ставкой и благоприятными условиями. Только до Нового года успеете оформить вклад «Горячий» и Вас ждет теплый сюрприз. Вклад «Горячий» согреет любого».

- визуальная информация:

Крупным шрифтом:

«МТС - Банк». Вклад «Горячий» до 12% годовых+ подарок.

Мелким шрифтом (5 секунд):

«Срок проведения акции с 01.12.2014 по 31.12.2014 года. Участнику, открывшему вклад «Горячий» от 30 000 руб. вручается подарок – плед или термокружка. Подробная информация об организаторе акции, порядке и правилах ее проведения, количестве подарков, сроках, месте и порядке их получения предоставляется на сайте mtsbank.ru и по тел. 8 800 2500520. Валюта: рубли РФ.

Сумма вклада: от 150 000 руб. Пополнение вклад - нет. Расходные операции: нет. Пролонгация: не более 1 раза по ставке, действующей на дату продления вклада. Срок вклада 555 дней разделен на три периода, каждый по 185 дней. Выплата процентов при досрочном расторжении договора: без потери процентов за окончившееся полные периоды срока вклада и по ставке «До востребования», действующей в банке на дату досрочного расторжения, за фактическое количество дней размещения в течение неокончившегося текущего периода вклада. ОАО «МТС-банк». Генеральная банковская лицензия ЦБ РФ № 2268 от 13.02.2012 года.

Срок распространения рекламы с 01 по 14 декабря 2014 года.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги и на заключение договора вклада с указанной в рекламе процентной ставкой. Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с банком по заключению договора вклада на определенных рекламой условиях.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «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.

К условиям, влияющим на сумму доходов, относятся: минимальная сумма вклада, срок размещения вклада, процентная ставка, возможность пополнения, минимальный размер дополнительного взноса, периодичность начисления процентов, наличие или отсутствие капитализации, изменение процентной ставки внутри срока договора, процентная ставка при досрочном востребовании вклада, периодичность выплаты процентов по вкладу, начисление процентов по вкладу в случае полного или частичного востребования вклада до истечения срока договора, иные условия, если их включение в договор может повлиять на сумму денежных средств, которую вкладчик должен получить по договору вклада.

В рекламе крупно указывается процентная ставка по вкладу.

Указанную в рекламе процентную ставку 12% можно получить при вложении от 150 000 рублей при сроке 555 дней (срок разделен на три периода, каждый по 185 дней), пополнение вклада нет, расходные операции отсутствуют, пролонгация: не более 1 раза по ставке, действующей на дату продления вклада.

При этом в рекламах даны условия, влияющие на сумму доходов. Информация об указанных условиях формально присутствует в рекламе. Однако данные сведения транслируются короткое время, что не позволяет потребителю воспринять информацию.

Указанная информация должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими условиями.

Данные обстоятельства указывают на то, что у потребителей рекламы затруднена

возможность прочесть и воспринять всю информацию о рекламном продукте, а, следовательно, свидетельствуют о том, что, несмотря на формальное присутствие в рекламе сведений обо всех условиях оказания соответствующей услуги, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются, следовательно, приравниваются к их отсутствию.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе сведений об иных условиях вклада, влияющих на сумму доходов, помимо крупно указанной в рекламе информации о процентной ставке, форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Также, реклама не позволяет определить о какой валюте вклада идет речь, так как, указание в ней только одного условия – процентной ставки без указания валюты вклада, является неполной информацией по условиям, влияющим на окончательную сумму доходов, которую рассчитывает получить вкладчик при заключении договора по любому виду вклада.

Согласно части 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.

Кроме того:

В соответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

В рекламе отсутствует наименование банка.

Таким образом, реклама вклада ОАО «МТС - Банк», распространявшаяся на телеканалах «бТВ», «СТС», противоречит части 7 статьи 5, части 1, пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

При подписании протокола об административном правонарушении 21 января 2015 года представитель ПАО «МТС - Банк» не согласилась с выявленным нарушением, пояснив, что:

- наименование Банка транслируется в рекламном ролике на протяжении всего ролика;
- информация о существенных условиях транслируется в виде текста, начиная с 15 секунды;
- закон о рекламе не содержит требований к размеру шрифта и времени трансляции;
- реклама вклада размещена в различных источниках (газеты, журналы) и содержала полную информацию об условиях услуги.

Данные доводы отклоняются по следующим основаниям.

1. На протяжении всего ролика транслируется товарный знак банка.

В соответствии со статьей 54 ГК РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на организационно-правовую форму.

В рекламе присутствует наименование банка, но оно выполнено мелким шрифтом, в конце текста, в связи с чем, является недоступным для восприятия.

2. Существенные условия вклада транслируются в рекламе пять секунд.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама - это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

В рассматриваемой рекламе выделено наиболее привлекательное для потребителя условие: процентная ставка по вкладу. Иные условия, необходимые потребителю для принятия осознанного решения по оформлению вклада в Банке, транслируются короткое время, следовательно, прочесть и, тем более, уяснить указанные условия не представляется возможным.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяют потребителю воспринимать данные сведения, и не может расцениваться как их наличие. Следовательно, Заявитель умолчал об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, когда в рекламе сообщалось одно из условий.

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно усматривается при визуальном просмотре рекламы.

3. Отсутствие в Законе нормы, определяющей размер шрифта рекламных надписей и время трансляции, не свидетельствует о том, что они могут быть любыми, поскольку это противоречит положениям статьи 5 Закона относительно добросовестности и достоверности рекламы, которая не должна вводить в заблуждение потребителя.

Применяемый Заявителем в рекламном тексте шрифт и время трансляции должны обеспечивать восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

Согласно информационному [письму](#) Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» реклама должна оцениваться по тому воздействию, которое она может оказать.

Реклама банковских услуг, с учетом значения для потребителя по финансовым последствиям, предполагает соблюдение установленных требований к рекламе таких услуг, которая не предполагает импульсивное восприятие такой рекламы, а требует для потребителя необходимого количества времени для ознакомления с рекламируемым товаром (услугой), сосредоточенного внимания при ознакомлении с предлагаемыми в рекламе условиями.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 года № 58, рассматривая дела о привлечении лиц к административной ответственности, предусмотренной [статьей 14.3](#) КоАП РФ, за размещение рекламы, в которой отсутствует часть необходимой информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования, судам надлежит учитывать следующее.

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 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](#) Закона о рекламе).

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

Таким образом, учитывая ограниченное время считывания информации для потребителей, мелкий размер шрифта, которым написаны существенные условия предоставления вклада по сравнению со шрифтом основной, привлекательной информации об услуге, потребители рекламы с учетом объема содержащейся в рекламе информации не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным образом без использования специальных средств и в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации, и у потребителей отсутствует возможность для целостного восприятия всей информации в отношении предоставляемой финансовой услуги. Следовательно, часть условий, влияющих на сумму доходов, изображены таким способом, что данная информация оказывается неприемлемой для чтения, что свидетельствует об умалчивании информации, недоведении до потребителя в воспринимаемой форме информации, наличие которой необходимо в рекламе.

4. Каждое средство распространения рекламы является самостоятельным. И при любом средстве распространения должны соблюдаться требования, предъявляемые к рекламе финансовых услуг.

«Информация о возможности уточнения подробностей о рекламируемой банковской услуге – не заменяет опубликования существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого продукта» (ПРЕЗИДИУМ ВЫСШЕГО АРБИТРАЖНОГО СУДА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 31 марта 2009 г. N 15340/08).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статей 5, 28 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем, в интересах которого непосредственно распространялась рекламная кампания, является ООО «МТС-Банк» в лице Дальневосточного филиала.

Данный факт подтверждается письмом ООО «ИТА «Губерния» от 15.12.2014 года № 244, договором № 11/02-14 от 11 февраля 2014 года, платежными поручениями от 16.12.2014 года №№ 258, 259.

29 декабря 2014 года произошла реорганизация общества в форме преобразования в публичное акционерное общество «МТС - Банк», которое явилось полным правопреемником всех прав и обязанностей ОАО «МТС - Банк», в связи с чем, ответственным за указанное правонарушение является ПАО «МТС - Банк».

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ПАО «МТС - Банк» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

2. Применить к ПАО «МТС - Банк» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, Отделение Хабаровск г. Хабаровск, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКТМО 08701000.

При отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу - исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в

порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо, вынесшее постановление, принимает решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

