

Начальнику сектора торгового маркетинга

Отдела маркетинга и коммуникаций

ОАО «Сбербанк России»

О.Г. Бодягиной

<...>

660028, г. Красноярск,

пр. Свободный, 46

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № Р736-14.3-14 об административном правонарушении

Подпись: «20» октября 2014 года

г. Красноярск

Резолютивная часть постановления оглашена 20.10.2014.

В полном объеме постановление изготовлено 20.10.2014.

Заместитель руководителя Красноярского УФАС России Харченко Олег Петрович,
рассмотрев материалы дела № Р736-14.3-14 об административном

правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ), возбужденного в отношении начальника сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций открытого акционерного общества «Сбербанк России» <...>,

в отсутствие начальника сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций открытого акционерного общества «Сбербанк России» <...>,

УСТАНОВИЛ:

Событие административного правонарушения: нарушение законодательства о рекламе (части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»)).

Время и место совершения административного правонарушения: 03 июня 2014 года, г. Красноярск

В рамках имеющихся полномочий, Красноярским УФАС России было рассмотрено дело № 196 в отношении ОАО «Сбербанк России» по признакам нарушения части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе». В результате рассмотрения дела Комиссией Красноярского УФАС России было принято решение о передаче материалов дела № 196 должностному лицу Красноярского УФАС России, уполномоченному составлять протоколы об административных правонарушениях, которым было возбуждено дело об административном правонарушении.

Исходя из представленных материалов, должностным лицом Красноярского УФАС России, заместителем руководителя Красноярского УФАС России Харченко О.П. установлено следующее.

В адрес Красноярского УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 10483 от 03.06.2014) по факту распространения наружной рекламы следующего содержания: «СБЕРБАНК...ОТДЫХАЙТЕ ЛЕТОМ с кредитом со ставкой от 14,5%...потребительский кредит...8 800 555 55 50...www.sberbank.ru...» (далее – Реклама). В нижней части Рекламы содержится информация, которая изображена значительно более мелким шрифтом.

В соответствии со статьей 3 Федерального 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 объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к финансовым услугам, указанным в Рекламе ОАО «Сбербанк России».

Согласно части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием 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.

В силу части 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.

В рассматриваемой Рекламе крупным шрифтом сообщаются только одно условие оказания финансовой услуги (процентная ставка по кредиту в размере от 14,5%), в то время как остальные условия оказания финансовой услуги представлены значительно более мелким шрифтом в нижней части рассматриваемой Рекламы. Таким образом, потребители рекламы не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным образом без использования специальных средств и в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации. Следовательно, условия, влияющие на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, изображены таким способом, что данная информация оказывается нечитабельной и не воспринимается потребителями Рекламы. В результате чего, Реклама вводит потребителей в заблуждение относительно условий финансовой услуги, предлагаемой ОАО «Сбербанк России» в Рекламе.

Исходя из вышеизложенного, рассматриваемая Реклама содержит признаки нарушения требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодаделец.

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем рассматриваемой Рекламы является ОАО «Сбербанк России» (117997, г. Москва, ул. Вавилова, 1).

На основании пункта 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, письмом от 30.06.2014 № АК/26177/14 ФАС России неделила Красноярское УФАС полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ОАО «Сбербанк России» (117997, г. Москва, ул. Вавилова, 1).

По данному факту 22.07.2014 Красноярским УФАС России возбуждено дело № 196 по признакам нарушения требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» в отношении ОАО «Сбербанк России».

Определение о возбуждении дела (исх. № 13470 от 22.07.2014) было направлено в адрес ОАО «Сбербанк России» заказным письмом с уведомлением. В назначенное время представитель ОАО «Сбербанк России» по доверенности от 26.04.2013 В.А. Иванова на рассмотрение дела № 196 явился. Запрошенные определением о возбуждении дела документы и сведения представлены в полном объеме.

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 1.7. Устава ОАО «Сбербанк России», утвержденного годовым общим собранием акционеров (протокол №26 от 31.05.2013), ОАО «Сбербанк России» является коммерческой организацией, основной целью которой является получение прибыли при осуществлении деятельности в соответствии с законодательством Российской Федерации, в том числе при осуществлении банковских операций.

Запись о государственной регистрации кредитной организации ОАО «Сбербанк России» внесена в Единый государственный реестр юридических лиц 16 августа 2002 года, основной государственный регистрационный номер <...> .

Согласно пункту 1 акта оказанных услуг от 08.05.2014 (далее - Акт) к договору №72/148 от 18.04.2012 заключенного между ОАО «Сбербанк России» и ООО «МакКэнн-Эриксон Уорлдвайд» (далее - Договор), в период с 09.04.2014 по 08.05.2014 ООО «МакКэнн-Эриксон Уорлдвайд» в соответствии с Договором оказало услуги разработки дизайна и подготовки к производству макета наружной рекламы форматом 3x6, под условным названием «отдыхайте летом с кредитом со ставкой от 14,5%». Согласно пункта 3 Акта все услуги оказаны ООО «МакКэнн-Эриксон Уорлдвайд» в полном объеме, качественно и в установленные сроки. Акт оказания услуг передан ОАО «Сбербанк России».

В материалах дела имеются письменные пояснения представителя ОАО «Сбербанк России» по доверенности от 26.04.2013 <...>, из которых следует что, по мнению ОАО «Сбербанк России», Реклама содержит всю существенную информацию о рекламируемых услугах, об условиях их приобретения и использования, содержит все необходимые условия, указанные в статье 28 Федерального закона «О рекламе», а также иную информацию - указаны минимальная и максимальная сумма кредитов, минимальный и максимальный срок предоставления кредитов, минимальная и максимальная процентная ставка, критерии их определения, сведения об отсутствии комиссии за выдачу кредита, то есть содержит информацию обо всех условиях, влияющих на фактическую стоимость кредита.

По мнению представителя ОАО «Сбербанк России» по доверенности от 26.04.2013 <...>, из статьи 2 Федерального закона «О рекламе» следует, что реклама не может и не должна содержать весь объем информации, который может быть предоставлен клиенту банка по конкретной услуге, а лишь формирует его интерес и побуждает потребителя обратиться в соответствующую организацию за подробной информацией.

Представитель ОАО «Сбербанк России» по доверенности от 26.04.2013 <...> сообщает, что действующим законодательством Российской Федерации не закреплены требования (стандарты, технологические регламенты) к шрифту рекламы (его размеру, цвету, фактуре). Форма представления данных сведений выбрана банком с учетом оптимального уровня восприятия потребителями рекламируемых услуг. Согласно экспертному заключению ФГУ «Межотраслевой научно-технический комплекс «МИКРОХИРУРГИИ ГЛАЗА» имени академика С.Н.Федорова, проведенному в рамках спора с антимонопольным органом по делу

№А40-82475/09-92-537, для расстояния пять метров размеры знаков, доступные для чтения большинством людей, должны составлять 20-30 миллиметров.

Вместе с тем, представитель ОАО «Сбербанк России» указывает на то обстоятельство, что размер мелкого шрифта в рекламе ОАО «Сбербанк России» составляет: 38 мм заглавные буквы и 34 мм строчные буквы, что, по мнению представителя ОАО «Сбербанк России», полностью соответствует требуемому диапазону размера шрифта. Кроме этого, разрабатывая макет рекламы с указанным размером шрифта, ОАО «Сбербанк России» учитывало места размещения рекламы, а также статичность щитов, на которых она расположена.

Исследовав материалы дела, заместитель руководителя Красноярского УФАС России Харченко О.П. пришел к выводу о том, что в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем рассматриваемой Рекламы является ОАО «Сбербанк России».

Реклама, являющаяся предметом рассмотрения дела, размещалась на рекламной конструкции, расположенной вдоль проезжей части дороги, что является подтверждением того факта, что данная Реклама обращена, в том числе, к потребителям,двигающимся на автомобильном либо ином транспорте, которые не имеют возможности подойти на определенное расстояние к Рекламе, с которого становится возможным восприятие текста, изображенного мелким шрифтом. При этом, установлено, что действующее законодательство не предусматривает обязанности потребителя осуществлять дополнительные действия, направленные на обеспечение возможности восприятия указанной в рекламе информации в полном объеме, в связи с тем, что реклама направлена на импульсивное восприятие потребителями.

Исходя из вышеизложенного, учитывая особенности размещения рекламы (месторасположение рассматриваемой Рекламы (на рекламной конструкции – щите, размещенном вдоль проезжей части дороги), ограниченное время считывания информации для потребителей, фактический мелкий размер шрифта, которым написаны остальные условия, влияющие на фактическую стоимость кредита, по сравнению со шрифтом основной, привлекательной для потребителя информации об услуге, высоту расположения текста), заместитель руководителя Красноярского УФАС России Харченко О.П. пришел к выводу о том, что потребители Рекламы не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным способом без использования специальных средств и в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации.

К условиям, влияющим на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся финансовыми услугами (кредитом) лица, относятся сумма кредита, срок кредита, процентная ставка по кредиту, а также иные условия, если их включение в договор может повлиять на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся финансовыми услугами (кредитом) лица.

При этом вся необходимая и требуемая по закону информация, должна доводиться непосредственно в рекламе с тем, чтобы обеспечить возможность потребителю с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор.

Исходя из понятия рекламы, которое описано в статье 3 Федерального закона «О рекламе», реклама предназначена для распространения среди неопределённого круга лиц, в связи с этим вся информация, включая обязательные

к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

Вопреки доводам ОАО «Сбербанк России», о том, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

Исходя из разъяснений Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации в Постановлении № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (относительно статьи 28 Федерального закона «О рекламе») рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Федеральным 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, цветовая гамма), 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.

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

В рассматриваемой Рекламе крупным шрифтом сообщается только одно условие оказания финансовой услуги, наиболее привлекательное для потребителей условие (процентная ставка по кредиту в размере от 14,5%). Указанная процентная ставка может восприниматься потребителями без затруднений.

Вместе с тем, движение потенциального потребителя, в том числе на автомобильном или ином транспорте, не позволяет ознакомиться с иными условиями, изложенными в рекламе мелким шрифтом, и соответственно, данные условия не доводятся до сведения потребителей в условиях ограниченного времени, в которое возможно восприятие данной информации.

Существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написана крупным шрифтом), но и информация, отсутствие которой способно обмануть ожидания потребителей, сформированные рекламой банковских услуг.

Соответственно, использованный в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечить потребителям нормальное восприятие всего содержания рекламной надписи без дополнительно предпринимаемых усилий.

Кроме того, на основании имеющихся в материалах дела документов, заместителем руководителя Красноярского УФАС России Харченко О.П. установлено, что по иным срокам и категориям клиентов ОАО «Сбербанк России» начисляются иные процентные ставки по кредиту, которые выше, чем наиболее привлекательная процентная ставка - от 14,5%, указанная в Рекламе.

Согласно информационному письму Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» реклама должна оцениваться по тому воздействию, которое она может оказать.

Учитывая вышеизложенное, заместителем руководителя Красноярского УФАС России Харченко О.П. установлено, что в рассматриваемой Рекламе отсутствует существенная информация об условиях предоставления финансовой услуги (кредита) ОАО «Сбербанк России».

Отсутствие в Рекламе части существенной информации об условиях предоставления финансовой услуги (кредита) ОАО «Сбербанк России» приводит к искажению смысла Рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой (кредитом), относительно итоговой стоимости финансовой услуги.

На основании вышеизложенного заместителем руководителя Красноярского УФАС России Харченко О.П. установлено, что рассматриваемая Реклама нарушает требования части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

По информации представленной ОАО «Сбербанк России» (вх. № 17990 от 11.09.2014) ответственным должностным лицом за распространение ненадлежащей рекламы финансовых услуг является начальник сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций ОАО «Сбербанк России» <...>.

Таким образом, начальник сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций ОАО «Сбербанк России» <...>, являясь рекламодателем и распространив рекламу, не соответствующую требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, совершила административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях РФ.

Письмом Красноярского УФАС России от 24.09.2014 исх. № 17833 начальнику сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций ОАО «Сбербанк России» <...>, было предложено явиться 08 октября 2014 года в 15 часов 30 минут в Красноярское УФАС России для составления протокола об административном правонарушении. Указанное письмо вручено 30 сентября 2014 года (почтовое уведомление №66001723568088).

На составление протокола начальник сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций ОАО «Сбербанк России» <...> не явилась, в связи с чем, протокол составлен в отсутствие начальника сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций ОАО «Сбербанк России» <...>.

Копия протокола № Р736-14.3-14 об административном правонарушении от 08.10.2014 и определение о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении № Р736-14.3-14 были направлены в адрес начальника сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций ОАО «Сбербанк России» <...> заказным письмом с уведомлением. Указанное письмо вручено 30 сентября 2014 года (почтовое уведомление №66001723568088).

В указанное в определении о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении № Р736-14.3-14 начальник

сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций ОАО «Сбербанк России» <...> не явилась. Дополнительные пояснения и сведения, опровергающие факт нарушения до рассмотрения дела об административном правонарушении № Р736-14.3-14 не были представлены.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Согласно статье 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое названным кодексом установлена административная ответственность. Совершение начальником сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций ОАО «Сбербанк России» <...>, рассматриваемых действий, подтверждает наличие вины в совершении административного правонарушения. Таким образом, заместителем руководителя Красноярского УФАС России Харченко О.П. было установлено наличие вины в действиях начальника сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций ОАО «Сбербанк России» <...>.

В соответствии со статьей 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания учитываются характер совершенного административного правонарушения, имущественного и финансовое положение лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность. В ходе рассмотрения дела заместителем руководителя Красноярского УФАС России Харченко О.П. не было установлено обстоятельств, отягчающих административную ответственность.

На основании изложенного, при отсутствии обстоятельств, исключающих возможность рассмотрения дела об административном правонарушении (ст. 29.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях), а также обстоятельств, при которых производство по делу подлежит прекращению (ст. 28.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях), установив факт нарушения законодательства о рекламе, руководствуясь статьями 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать начальника сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций ОАО «Сбербанк России» <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.
2. Привлечь начальника сектора торгового маркетинга отдела маркетинга и коммуникаций ОАО «Сбербанк России» <...> к административной ответственности и назначить административное наказание в виде штрафа в размере 4 000 (четырёх

тысяч) рублей.

Постановление по делу об административном правонарушении в соответствии со статьями 30.1, 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу.

В трехдневный срок с момента уплаты штрафа в адрес Красноярского УФАС России надлежит представить надлежащим образом заверенные копии подтверждающих документов.

Сумма наложенного штрафа должна быть уплачена по следующим реквизитам:

Получатель УФК по Красноярскому краю (Красноярское УФАС России)

Р/с 40101810600000010001

Банк получателя: ГРКЦ ГУ Банка России по Красноярскому краю г. Красноярск

БИК 040407001

ИНН 2466009115

КПП 246601001

ОКАТО 04401000000

КБК 161 116 26000 01 6000 140

Назначение платежа за нарушение законодательства о рекламе, ст. 14.3 КоАП РФ

Примечание:

Наименование взыскателя: Управление Федеральной антимонопольной службы по Красноярскому краю, 660017, г. Красноярск, пр. Мира, 81 «Д».

Постановление по делу об административном правонарушении вступает в силу в соответствии со статьей 31.1 КоАП РФ.

Согласно статье 31.9 КоАП РФ и статьи 21 Федерального закона «Об исполнительном производстве» срок предъявления постановления к исполнению 1 год.

Подпись: Заместитель руководителя управления

О.П. Харченко

Романова Олеся Александровна

8 (391) 211-18-30