

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1634/77-18

«28» ноября 2018 года г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве <...>, рассмотрев протокол от 19.11.2018 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-1634/77-18, возбужденного в отношении юридического лица - ПАО «Московский кредитный банк» (ОГРН 1027739555282, ИНН 7734202860, КПП 770801001, дата регистрации: 18.11.2002, место нахождения: г. Москва, 107045, Луков пер., д. 2, стр. 1) по факту нарушения п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе», выразившегося в распространении рекламы: «Надежный вклад в лучшем банке! Московский кредитный банк», которая содержит некорректное сравнение реализуемого товара с товарами конкурентов и не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед иными товарами, в отсутствие законного представителя ПАО «Московский кредитный банк», надлежащим образом извещенного о дате, месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении,

УСТАНОВИЛ:

Решением комиссии Московского УФАС России от 28.06.2018 по делу № 3-5-171/77-18 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденного на основании заявления физического лица (далее - Заявитель), в действиях ПАО «Московский кредитный банк» установлен факт нарушения п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившегося в распространении с 26.01.2018 по 28.06.2018 по адресу: г. Москва, ул. Сеславинская, д. 16, корп. 1, рекламы: «Надежный вклад в лучшем банке! Московский кредитный банк», которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед иными товарами.

По адресу г. Москва, ул. Сеславинская, д. 16, корп. 1, 26.01.2018

размещался информационный плакат с рекламой следующего содержания: «Надежный вклад в лучшем банке! Московский кредитный банк».

Согласно п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается информация, распространяемая 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама размещалась на информационном плакате в местах обслуживания клиентов ПАО «Московский кредитный банк» в Дополнительном офисе «Отделение Багратионовское», расположенного по адресу г. Москва, ул. Сеславинская, д. 16, корп. 1, что подтверждается представленными в Московское УФАС России фотографиями Заявителя, а также предоставленной ПАО «Московский кредитный банк» информацией по запросу.

При этом реклама была направлена не во внутреннее помещение офиса ПАО «Московский кредитный банк», а на потребителей, проходящих мимо данного офиса, что не позволяет квалифицировать данную информацию, как размещавшуюся в месте осуществления деятельности ПАО «Московский кредитный банк».

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, не установлено.

В соответствии с п. 2 ст. 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство 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.

В соответствии с п. 3 ст. 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В настоящем случае, объектами рекламирования являются вклад в банке ПАО «Московский кредитный банк», а также сам банк.

На основании изложенного, спорная информация является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуемые другими продавцами.

Согласно п. 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее - Постановление), необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценивать его свойства.

Исходя из указанной позиции, а также ст. 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», под некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или)

его товаром путем использования слов «лучший», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление превосходства товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Указанная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с принципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых сведений о рекламодателях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом на использование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или неопределенных) недобросовестных способов привлечения внимания к объекту рекламирования.

Таким образом, некорректное сравнение может быть осуществлено как с конкретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой, услугой), так и в отношении неограниченного круга хозяйствующих субъектов -конкурентов и (или) их товаров.

При этом некорректное сравнение может быть как негативным (иметь цель принизить товаров конкурента, превознося свои), так и позитивным (не ослабляет репутацию товара конкурента, а наоборот использует ее).

Кроме того, некорректное сравнение может быть построено с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

В настоящем случае, используемое в спорной рекламе словосочетание «в лучшем банке» направлено на распространение позитивной информации в отношении рекламируемого товара путем некорректного сравнения с другими товарами, выраженном в акцентировании на неподтвержденные в тексте рекламы преимущества рекламируемого товара.

Согласно п. 29 Постановления, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного

критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В рассматриваемой рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, с помощью которого указанная в рекламе информация может быть подтверждена или опровергнута объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение.

На основании вышеизложенного, установлен факт наличия в рекламе «Надежный вклад в лучшем банке! Московский кредитный банк», размещенной на информационном плакате в местах обслуживания клиентов ПАО «Московский кредитный банк» в Дополнительном офисе «Отделение Багратионовское», расположенного по адресу г. Москва, ул. Сеславинская, д. 16, корп. 1, нарушения п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, содержащей некорректное сравнение реализуемого товара с товарами конкурентов; п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, выразившиеся в распространении рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед иными товарами.

Ответственность за нарушение п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, в соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, несет рекламоатель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, под рекламоателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из представленных в материалы дела № 3-5-171/77-18 документов и сведений, рекламоателем спорной рекламы является ПАО «Московский кредитный банк».

Следовательно, лицом, ответственным за нарушения, предусмотренные п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, является ПАО «Московский кредитный банк».

Таким образом, в действиях ПАО «Московский кредитный банк» как рекламоателя спорной рекламы при размещении 26.01.2018 по адресу: г. Москва, ул. Сеславинская, д. 16, корп. 1, рекламы: «Надежный вклад в лучшем банке! Московский кредитный банк» установлен факт нарушения п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

При рассмотрении дела защитником ПАО «Московский кредитный банк» не заявлено доводов, которым ранее не была дана правовая оценка при вынесении Комиссией Управления решения по делу № 3-5-171/77-18, а также в протоколе об административном правонарушении.

В соответствии с ч. 1 ст. 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие

(бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с ч. 2 ст. 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Виновные действия ПАО «Московский кредитный банк» состоят в определении содержания информационного плаката, размещенного 26.01.2018 по адресу: г. Москва, ул. Сеславинская, д. 16, корп. 1, с нарушением требований п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Должностным лицом УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований установленных п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 6](#) настоящей статьи, [частью 4 статьи 14.3.1](#), [статьями 14.37](#), [14.38](#), [19.31](#) настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Место совершения административного правонарушения (место распространения спорной рекламы) - г. Москва.

Время совершения административного правонарушения - 26.01.2018 (дата выявления размещения спорной рекламы).

В соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Согласно п. 7 ч. 1 ст. 4.2 КоАП РФ, к обстоятельствам, смягчающим административную ответственность относится добровольное

исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

31.07.2018 ПАО «Московский кредитный банк» представлена информация об исполнении предписания по делу № 3-5-171/77-18, а именно о прекращении распространения рассматриваемой рекламы с нарушением п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 4.3 КоАП РФ к обстоятельствам, отягчающим административную ответственность, относится повторное совершение однородного административного правонарушения, то есть совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию в соответствии со [ст. 4.6](#) настоящего Кодекса за совершение однородного административного правонарушения.

Согласно статье 4.6 КоАП РФ, лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

Постановлением Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 4-14.3-7/77-17 от 02.02.2017 ПАО «Московский кредитный банк» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000,00 рублей в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ (оплачен 05.05.2017).

Постановлением Федеральной антимонопольной службы о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 4-14.3-1448/00-08-17 от 11.09.2017 ПАО «Московский кредитный банк» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 300 000,00 рублей в соответствии с ч. 6 ст. 14.3 КоАП РФ (оплачен 03.10.2017).

Таким образом, установлены обстоятельства, отягчающие административную ответственность ПАО «Московский кредитный банк».

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 150 000,00 рублей.

Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 Закона о рекламе, ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать юридическое лицо - ПАО «Московский кредитный банк» (ОГРН 1027739555282, ИНН 7734202860, КПП 770801001, дата регистрации: 18.11.2002, место нахождения: г. Москва, 107045, Луков пер., д. 2, стр. 1) виновным в совершении правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить юридическому лицу - ПАО «Московский кредитный банк» (ОГРН 1027739555282, ИНН 7734202860, КПП 770801001, дата регистрации: 18.11.2002, место нахождения: г. Москва, 107045, Луков пер., д. 2, стр. 1) наказание в виде административного штрафа в размере - **150 000,00**

(Ста пятидесяти тысяч рублей) рублей.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 5 ст. 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ПАО «Московский кредитный банк»,

перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель:	УФК по г. Москве (для Московского УФАС России, л/с 04731324890)
Банк получателя:	ИНН/КПП: 7706096339 / 770101001 ГУ Банка России по ЦФО р/с 40101810045250010041 БИК 044525000 ОКТМО: 45375000 КБК 161 1 16 26000 01 6000140
Назначение платежа:	Административный штраф, зачисляемый в федеральный бюджет по делу № 4-14.3-1634/77-18

Согласно ч.1 ст. 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двухкратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано **в арбитражном суде** в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с п. 1 ст. 31.1 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение: квитанция на 1 листе.

Заместитель руководителя <...>