

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1635/77-18

«28» ноября 2018 года г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве <...>, рассмотрев протокол от 26.11.2018 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-1635/77-18, возбужденного в отношении должностного лица - начальника управления рекламы и оформления офисов продаж Департамента маркетинга и рекламы ПАО «МКБ» <...> 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 <...>, надлежащим образом извещенной о дате, месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении, в присутствии защитника <...> по доверенности от 20.11.2018 б/н,

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 «МКБ» 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 26.01.2018 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 «МКБ» 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 «МКБ» информацией по запросу.

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

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 «МКБ», 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 «МКБ» 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 «МКБ».

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

Таким образом, в действиях ПАО «МКБ» 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.

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.

Согласно ч. 3 ст. 2.1 КоАП РФ назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не освобождает от

административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

В соответствии со ст. 2.4 КоАП РФ, административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения, в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники организаций несут административную ответственность как должностные лица.

В соответствии с документами, представленными ПАО «МКБ» в Московское УФАС России, должностным лицом, ответственным за размещение рассматриваемой рекламы, является <...>.

Согласно приказу директора департамента персонала и документооборота ПАО «МКБ» от 01.12.2017 № 7602-к < > переведена на должность начальника управления рекламы и оформления офисов продаж Департамента маркетинга и рекламы ПАО «МКБ».

В соответствии с п. 4.2.8 Положения об Управлении рекламы и оформления офисов продаж Департамента маркетинга и рекламы ПАО «МКБ» от 01.12.2017 № 04-03-02-24/100 <...> обеспечивает правильное применение в работе действующего законодательства.

Согласно выписке из приказа председателя правления ПАО «МКБ» от 04.06.2018 № 635 <...> назначена должностным лицом, ответственным за соблюдением ПАО «МКБ» действующего законодательства о рекламе.

На основании изложенного, установлено, что ответственным должностным лицом за нарушение ПАО «МКБ» п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе является <...>.

Доказательств, свидетельствующих о принятии <...> каких-либо мер по соблюдению законодательства Российской Федерации в сфере рекламы в данной части, не представлено.

Таким образом, виновные действия начальника управления рекламы и оформления офисов продаж Департамента маркетинга и рекламы ПАО «МКБ» <...> 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.

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.

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

Вина должностного лица - начальника управления рекламы и оформления офисов продаж Департамента маркетинга и рекламы ПАО «МКБ»

<...> в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, доказана.

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. 2 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, 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.

Таким образом, должностным лицом административного органа установлены обстоятельства, смягчающие административную ответственность

<...>.

Обстоятельства, отягчающие административную ответственность <...>, не установлены.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 4 000,00 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 должностное лицо - начальника управления рекламы и оформления офисов продаж Департамента маркетинга и рекламы ПАО «МКБ» <...> виновной в совершении правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить должностному лицу - начальнику управления рекламы и оформления офисов продаж Департамента маркетинга и рекламы ПАО «МКБ» <...> наказание в виде административного штрафа в размере - **4 000,00 (Четырех тысяч рублей) рублей.**

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

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 силу указанных положений КоАП РФ лицо, привлеченное к административной ответственности, обязано исполнить обязательство по уплате штрафа за совершенное правонарушение **самостоятельно**.

Законодательством Российской Федерации не установлена возможность уплаты **неналоговых платежей** иным лицом за лицо, в обязанность которого входит уплата данных платежей.

В соответствии со ст. 160.1 Бюджетного кодекса Российской Федерации администратор доходов бюджета осуществляет бюджетные полномочия по начислению, учету и контролю за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью

осуществления платежей в бюджет, пеней и штрафов по ним, а также принимает решение о возврате излишне уплаченных (взысканных) платежей в бюджет, пеней и штрафов, и представляет поручение в орган Федерального казначейства для осуществления возврата в порядке, установленном Министерством финансов Российской Федерации.

На основании вышеизложенного, в случае уплаты административного штрафа не являющимся обязанным в соответствии с настоящим постановлением уплатить штраф лицом, Московским УФАС России будет осуществлен возврат указанного платежа плательщику как излишне уплаченных (взысканных) платежей в бюджет.

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 зарегистрирована <...>, 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 № 4-14.3-1635/77-18

Документы, подтверждающие уплату штрафа, необходимо направить

по электронной почте или факсу. В назначении платежа необходимо указывать номер постановления о наложении штрафа.

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.

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 районном 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 <...>