

1. Публичное акционерное общество РОСБАНК <...> 107078, г. Москва, ул. Маши Порываевой, д. 34 2. <...> ПОСТАНОВЛЕНИЕ о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 4-14.3-984/77-16 «17» октября 2016 года г. Москва Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве <...>, рассмотрев Протокол от 14.09.16 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-984/77-16, возбужденного в отношении должностного лица — начальника отдела поддержки розничного бизнеса операционного офиса «Территориальный офис Западный» Публичного акционерного общества РОСБАНК (далее — ПАО РОСБАНК) <...> по факту выразившемся в отсутствии в рекламе банковского вклада информации об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, что образует состав административного правонарушения, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в отсутствие <...> (заявлено ходатайство о рассмотрении дела об административном правонарушении в отсутствие), УСТАНОВИЛ: Должностным лицом Московского УФАС России в действиях ПАО «РОСБАНК» при распространении на рекламных конструкциях рекламы банковского вклада «Вклад «150 лет надежности» установлен факт нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, выразившегося в отсутствии в рекламе банковского вклада информации об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица. ПАО «РОСБАНК» (107078, г. Москва, ул. Маши Порываевой, д. 34; ИНН 7730060164; КПП 775001001) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 25.10.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739460737. Согласно Уставу ПАО «РОСБАНК», а также Лицензии на осуществление банковских операций № 2272, выданной Центральным банком Российской Федерации 28 января 2015 года, ПАО «РОСБАНК» осуществляет банковскую деятельность. ПАО «РОСБАНК» размещалась наружная реклама, которая содержит следующую информацию: выполненные крупным шрифтом «ВКЛАД «150 лет надежности», «до 11,25%», «Прибавляем проценты уверенно»; выполненный мелким шрифтом текст: «Указана процентная ставка для вклада «150 лет надежности» в рублях, на срок 12 месяцев при сумме вклада от 1,5 млн рублей, для клиентов, выполнивших условия Акции «Прибавляем проценты уверенно». Срок приема вкладов на условиях Акции с 01.11.2015 по 31.12.2015. С подробными условиями продуктов и Акции «Прибавляем проценты уверенно» можно ознакомиться на сайте Банка ...», по адресу: г. Москва, ул. Молдавская, д. 2, корп. 1. Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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. Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средства 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. Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Должностным лицом Московского УФАС

России установлено, что в данной наружной рекламе представлена информация о финансовых услугах, реализуемых ПАО «РОСБАНК» — срочных вкладах для физических лиц «150 лет надежности». Таким образом, объектом рекламирования данной рекламы является товар (финансовая услуга) — вклад. В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодаделец — это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект 2 рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Согласно материалам дела ПАО «РОСБАНК» является рекламоделем указанной рекламы. Исходя из текста сообщения, в котором содержится информация о вкладе, должностное лицо административного органа приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования. Спорная реклама размещалась на рекламных конструкциях, расположенных рядом с проезжей частью, и следовательно, была адресована, в том числе, лицам, находящимся в движущихся транспортных средствах. С учетом специфики размещения рекламной конструкции, указанная реклама направлена на импульсивное восприятие информации и привлечение внимания, в первую очередь, на выгодные условия вклада. В то же время, информация, выполненная мелким шрифтом, не может восприниматься либо плохо воспринимается обычным потребителем, находящимся в движущемся транспортном средстве, что вводит в заблуждение относительной условий приобретения выгодной процентной ставки. Таким образом, в спорной рекламе фактически отсутствует (не воспринимается) часть существенной информации относительно условий получения процентной ставки 11,25% по договору банковского вклада. Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодаделец 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. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. В соответствии с частью 7 статьи 5 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 вводится в заблуждение потребители 3 рекламы. В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона 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. Согласно статье 30 Федерального закона от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» в договоре должны быть указаны процентные ставки по кредитам и вкладам (депозитам), стоимость банковских услуг и сроки их выполнения, в том числе сроки обработки платежных документов, имущественная

ответственность сторон за нарушения договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, а также порядок его расторжения и другие существенные условия договора. Согласно пунктам 1-3 статьи 834 Гражданского Кодекса Российской Федерации (далее — ГК РФ), по договору банковского вклада (депозита) одна сторона (банк), принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму (клад), обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты на нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором. Договор банковского вклада, в котором вкладчиком является гражданин, признается публичным договором (статья 426 ГК РФ). К отношениям банка и вкладчика по счету, на который внесен вклад, применяются правила о договоре банковского счета, если иное не предусмотрено правилами настоящей главы или не вытекает из существа договора банковского вклада. Таким образом, информации о следующих условиях Вклада: валюта вклада, срок вклада, сумма вклада, первоначальный взнос, размер процентной ставки при досрочном истребовании денежных средств, возможность пополнения вклада, — является существенной информацией, влияющей на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся рекламируемым Вкладом лица. В наружной рекламе «Вклад «150 лет надежности», «до 11,25%», «Прибавляем проценты уверенно» указано условие, влияющее на сумму доходов, которые получают воспользовавшейся рекламируемой услугой лица, а именно указана максимальная процентная ставка для Вклада в рублях: 11,25%. При этом информация о максимальной процентной ставке для Вклада 11,25% выделена для восприятия потребителем размером шрифта и красным цветом. Информация об иных, существенных условиях Вклада, формально присутствующая в рекламе, представлена мелким, трудно читаемым шрифтом. Обращает на себя внимания и пропорция (соотносимость) информации о максимальной процентной ставке и иной информации. 4 Реклама, в соответствии с Законом о рекламе, предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств. Такая реклама, в соответствии со статьей 5 Закона о рекламе, должна быть добросовестной и достоверной и не вводить в заблуждение потребителей. Наружная реклама «Вклад «150 лет надежности» направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами. В данной рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителей, выделенная для восприятия указанным способом, но и информация, отсутствие которой способно обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Такая информация, формально присутствуя в рекламе, не может быть воспринята потребителями, а равно не доводится для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получает предусмотренную Законом о рекламе информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги. Совокупность изложенных фактов, а также особенности размещения такой рекламы, а именно: месторасположение возле проезжей части дороги, ограниченное время считывания информации для потребителей, фактический размер шрифта, которым написаны существенные условия оказания услуги по сравнению со шрифтом основной привлекательной информации об услуге, высота расположения текста, не позволяют потребителям указанной рекламы прочесть и воспринять иную существенную информацию, доведение которой до потребителей обязательно в соответствии с Законом о рекламе. Включение в текст рекламы адреса, телефона,

иного способа для получения информации об условиях Вклада не предусмотрено частью 2 статьи 28 Закона о рекламе как надлежащее уведомление в рекламе финансовых услуг об иных условиях оказания финансовых услуг, влияющих на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий, а значит не может свидетельствовать о соблюдении в такой рекламе требований Закона о рекламе. На основании изложенного, несмотря на формальное наличие в рекламе сведений, определяющих условия влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся рекламируемым вкладом лица, с учетом указанного выделения информации об одном из таких условий, форма предоставления иных существенных для потребителя рекламы сведений такова, что они потребителями не воспринимаются и фактически отсутствуют в рекламе. Таким образом, в наружной рекламе «Вклад «150 лет надежности» должностным лицом Московского УФАС России установлен факт нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившийся в отсутствии в рекламе части 5 существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы, а именно, в указанной рекламе часть существенной для потребителей информации и условий, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся Вкладом лица, указана мелким, трудно читаемым шрифтом, что не позволяет потребителям рекламы воспринимать сведения относительно условий Вклада, в результате чего искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы. Также, в наружной рекламе «Вклад «150 лет надежности» Комиссией Московского УФАС России установлен факт нарушения пункта 2 части 2 статьи 28, выразившийся в отсутствии в рекламе финансовых услуг, сообщающей об условиях оказания данных услуг, иных условий оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, а именно, при указании в рекламе информации о максимальной процентной ставке для Вклада в рублях: «11,25%», информация об иных, существенных условиях Вклада, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, признана отсутствующей. В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей. Таким образом, наружная реклама «Вклад «150 лет надежности» является ненадлежащей. Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламодаделец. ПАО «РОСБАНК» в настоящем случае не предпринял достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе. Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, ПАО «РОСБАНК» не представлено. Таким образом, установлено нарушение ПАО «РОСБАНК» части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе. Местом совершения административного правонарушения является место распространения наружной рекламы — г. Москвы. Время совершения административного правонарушения — 01 ноября 2015 года (первый день распространения спорной рекламы). В соответствии с частью 1 статьи 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

части 3 статьи 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 статьей 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 представленной ПАО «РОСБАНК» информацией (вх. № б/н от 11.07.2016) лицом, ответственным за распространение спорной рекламы является начальник отдела поддержки розничного бизнеса операционного офиса «Территориальный офис Западный» ПАО РОСБАНК <...> Согласно Приказу № 23-пер от 02.02.2015 <...> назначается на должность начальника отдела поддержки розничного бизнеса операционного офиса «Территориальный офис Западный» ПАО РОСБАНК. В соответствии с Должностной инструкцией начальника отдела поддержки розничного бизнеса операционного офиса «Территориальный офис Западный» ПАО РОСБАНК одной из основных функций начальника отдела является организация маркетинговой и рекламной деятельностью Группы (розница), в том числе, контроль и мониторинг рекламного размещения. Таким образом, на основании вышеизложенного, <...> является должностным лицом, ответственным за распространение спорной рекламы. Вина <...> состоит в ненадлежащем исполнении своих служебных обязанностей, а именно, в непринятии всех зависящих от нее мер по соблюдению требований законодательства о рекламе при распространении на рекламных конструкциях рекламы банковского вклада «Вклад «150 лет надежности» с нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, выразившемся в отсутствии в рекламе банковского вклада информации об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица. В соответствии с письменными объяснениями (вх. № 38542 от 14.09.2016) <...> заявлено ходатайство о прекращении административного производства вследствие малозначительности действий, так как совершенное административное правонарушение не несет какой-либо угрозы охраняемым общественным отношениям и благам (в т.ч. здоровью и жизни граждан), ущерб 7 государственным органам, гражданам и экономическим правоотношениям также не причинен, каких-либо опасных последствий не наступило. Кроме того, как отмечает представитель <...>, на момент рассмотрения Московским УФАС дела в отношении Банка, рассматриваемая рекламная акция уже была прекращена. В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием. Малозначительным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но, с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий, не представляющее существенного нарушения охраняемых

общественных правоотношений. Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния. Иное способствовало бы формированию атмосферы безнаказанности и было бы несовместимо с принципом неотвратимости ответственности правонарушителя. Объектом правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, является установленный законом порядок осуществления рекламной деятельности. При этом объективную сторону данного правонарушения образует сам факт несоблюдения предусмотренных законодательством Российской Федерации о рекламе требований к содержанию рекламы банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности. Само по себе отсутствие доказательств наступления общественно-опасных последствий при выявлении правонарушения, имеющего формальный состав не может свидетельствовать о малозначительности правонарушения. Вместе с тем, по мнению антимонопольного органа, административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, может быть признано малозначительным при наличии совокупности следующих обстоятельств: небольшой масштаб рекламной кампании — один или незначительное количество номеров СМИ (или иных рекламоносителей), в которых распространялась реклама, один или незначительное количество дней, в которые распространялась реклама, 8 отсутствие жалоб со стороны потребителей или организаций-конкурентов о введении их в заблуждение или о нарушении их прав рекламой, отсутствие ранее вынесенных в отношении лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении, постановлений о привлечении к административной ответственности за нарушения Закона о рекламе (факт совершения правонарушения впервые), отсутствие пренебрежительного отношения к положениям законодательства при распространении рекламы. Между тем, как было установлено материалами дела, спорная реклама размещалась с 01.11.2015 по 30.11.2015 на четырех рекламных конструкциях, расположенных вдоль Кутузовского проспекта и Рублевского шоссе. Таким образом, учитывая срок распространения спорной рекламы, а также местонахождение рекламных конструкций, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу, что ненадлежащая реклама была доведена до широкого круга лиц, которые могли быть введены в заблуждение такой информацией. При рассмотрении настоящего дела также учтено, что дело № 3-5-101/77-16 возбуждено на основании обращения <...> (вх. № 132174- ЭП/15 от 18.11.2015), что свидетельствует о нарушении должностным лицом ПАО «РОСБАНК» — <...> прав и законных интересов конкретного лица. Таким образом, в материалах дела имеются сведения о конкретных обстоятельствах (значительное число лиц, которым демонстрировалась реклама, жалоба физического лица), которые свидетельствуют о невозможности квалификации рассматриваемого административного правонарушения как малозначительного. Московским УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований. Относительно довода <...> о наличие смягчающего обстоятельства в виду добровольного прекращения противоправного деяния, необходимо указать следующее. Добровольное прекращение противоправного деяния предполагает замену ненадлежащей рекламы и устранения последствий, которые она повлекла, незамедлительно

после обнаружения <...> ее несоответствия действующему законодательству о рекламе. Прекращение размещения рекламы ПАО «РОСБАНК» на рекламных конструкциях рекламы банковского вклада «Вклад «150 лет надежности» произошло вследствие окончания достигнутых отношений между ООО «Эйджис Медиа Си Эс» условий о времени распространения спорной рекламы. Таким образом, расценивать окончание срока размещения рекламы по договору как добровольное прекращение противоправного поведения нельзя, поскольку прекращено оно было не в связи с обнаружением <...> нарушения законодательства и желанием устранить допущенные нарушения, а по 9 объективной причине — прекращение договорных отношений с рекламодателем названной рекламы. Учитывая изложенное, обстоятельство, смягчающих административную ответственность, отягчающих административную ответственность <...>, должностным лицом административного органа не установлено. В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей. Таким образом, штраф, подлежащий взысканию составляет 4 000 рублей. Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ, ПОСТАНОВИЛ: 1. Признать должностное лицо — начальника отдела поддержки розничного бизнеса операционного офиса «Территориальный офис Западный» ПАО РОСБАНК <...> (<...>) виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. 2. Назначить должностному лицу — начальнику отдела поддержки розничного бизнеса операционного офиса «Территориальный офис Западный» ПАО РОСБАНК <...> (<...>) административное наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысяч рублей) руб. Согласно части 1 статьи 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 статьей 31.5 КоАП РФ. В соответствии с частью 5 статьи 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 частью 5 статьи 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 10 соотношении: — 40% в Федеральный бюджет; — 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ПАО «РОСБАНК», 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) Банк получателя: Отделение 1 Москва ИНН 7706096339 КПП 770101001 БИК 044583001 р/с 40101810800000010041 КБК 161 1 16 26000 01 6000140 ОКТМО 45375000 Назначение

платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-984/77-16. Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа. В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 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 пунктом 1 статьи 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 на 1 листе. Заместитель руководителя <...> 11