

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-888/77-15
«14» сентября 2015 года г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве (далее – Московского УФАС России) И.С. Гудкова, рассмотрев протокол от 31.07.2015 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-888/77-15, возбужденного в отношении начальника управления рекламы <...>, по факту распространения посредством рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Москва, ул. Лобачевского, д. 37 (4 оп. до пересечения с Мичуринским пр-том) с 01.11.2014 по 30.11.2014 рекламы банковских услуг «Высокая ставка по вкладам 13 %», оказываемых ОАО «Московский кредитный банк», с нарушением ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса

Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

в отсутствие надлежащим образом уведомленной о дате, месте и времени рассмотрения настоящего дела <...> (представлено ходатайство о рассмотрении дела

в ее отсутствие),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Московского УФАС России по рассмотрению дела № 3-5-95/77-15 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе от 01.06.2015 в наружной рекламе «Высокая ставка по вкладам 13 %», размещаемой ОАО «Московский кредитный банк» с 01.11.2014 по 30.11.2014 по адресу: г. Москва, ул. Лобачевского, д. 37 (4 оп. до пересечения с Мичуринским пр-том), установлен факт нарушения ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, выразившийся в распространении рекламы, 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, а также умалчивается об иных условиях оказания финансовых услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

ОАО «Московский кредитный банк» (адрес: 107045, г. Москва, Луков пер., д. 2, корп. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц

1
18.11.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739555282, ИНН 7734202860, КПП 775001001.

Посредством рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Москва, ул. Лобачевского, д. 37 (4 оп. до пересечения с Мичуринским пр-том) с 01.11.2014 по 30.11.2014 распространялась реклама банковских услуг «Высокая ставка по вкладам 13 %», оказываемых ОАО «Московский кредитный банк».

Рассматриваемая реклама содержит информацию, индивидуализирующую хозяйствующий субъект: наименование (ОАО «Московский кредитный банк»), адрес сайта в сети «Интернет» (mkb.ru), номер телефона, а также сведения об оказываемых ОАО «Московский кредитный банк» услугах (открытие

вкладов).

Информация распространялась посредством рекламной конструкции, установленной в непосредственной близости от проезжей части дороги, а следовательно, была доступна для восприятия неопределенному кругу лиц. 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.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация отвечает всем законодательно установленным признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования (ОАО «Московский кредитный банк» и оказываемые им услуги), распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод подтверждается тем фактом, что информация была размещена посредством рекламной конструкции (разрешение на установку и эксплуатацию № 1-47414-11235 от 21.11.2013), которая, согласно части 2 статьи 19 Закона о рекламе, должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

Согласно части 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

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», Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего

товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования,

2
предъявляемые к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Таким образом 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.

Рассматриваемая наружная реклама «Высокая ставка по вкладам 13 %» содержит крупное изображение максимального размера процентной ставки по вкладу. При этом, вышеуказанный текст рекламы выполнен хорошо читаемым контрастным шрифтом, размещенном на ярком фоне, в результате чего внимание потребителей рекламы привлекается именно к данной части рекламы.

Вместе с тем, размещение данной информации сопровождается

дополнительными сведениями (срок вклада, минимальная сумма открытия вклада, изменение процентной ставки в зависимости от срока размещения денежных средств), изложенными мелким шрифтом и расположенными внизу рассматриваемого макета.

Дополнительные сведения содержат следующую информацию: «*Ставка 13 % годовых действует при размещении от 1000 руб. во вклад «Сберегательный +» с 191 по 380 день нахождения средств на счете вклада. Срок вклада — 380 дней. Процентная ставка по вкладу в период с 1 по 190 день — 9% годовых. Без возможности внесения доп. взносов во вклад и совершения расходных операций по вкладу. Выплата процентов в конце срока вклада. Досрочное расторжение по ставке «До востребования» 0,1% годовых — при расторжении до истечения соответствующего периода действия ставки. ОАО «Московский кредитный банк». Ген. Лиц. Банка России №1978 от 21.01.2013 г. Согласно материалам дела, спорная реклама размещалась на стороне «В» рекламной конструкции, т. е. на стороне противоположной движению. Таким образом, у потребителя, двигающегося по дороге на автомобиле, отсутствовала возможность приблизиться к рекламной конструкции, а равно рассмотреть вблизи текст рекламы изображенный мелким шрифтом. Представляется очевидным, что для потребителя при заключении договора банковского вклада, существенной является не только информация о размере процентной ставки, выделенная крупным шрифтом, но и информация, отсутствие которой способно обмануть его ожидания (срок вклада, минимальная сумма открытия вклада, изменение процентной ставки в зависимости от срока размещения денежных средств).

Исходя из дополнительных условий, указанных в макете, ставка 13% действует только с 190 дня вклада, а с 1 по 190 день действует 9-ти % ставка, что в корне не

3
соответствует впечатлению, создавшемуся у потребителя после восприятия спорной

рекламы. При этом согласно условиям вклада потребитель также ограничивается в

возможности получить условленные % по своему вкладу в случае расторжения договора до истечения 380 дней, установленных дополнительными условиями вклада;

лишается возможности внесения дополнительных средств и совершения расходных операций по своему вкладу.

Такие сведения, формально присутствуя в рекламе «Высокая ставка по вкладам 13 %», фактически не могут быть восприняты потребителем, а равно не доводятся для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель не получает предусмотренную Законом о рекламе информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Таким образом, при распространении рекламы «Высокая ставка по вкладам 13 %», выявлен факт нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе Закона о рекламе.

Согласно статье 5 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (далее - Закон о банках и банковской деятельности) привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады относится к банковским операциям.

Согласно пункта 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 получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Статья 30 Закона о банках и банковской деятельности указывает, что отношения между кредитными организациями и их клиентами осуществляются на основе договоров, которые должны содержать данные о процентных ставках по кредитам и вкладам (депозитам), стоимости банковских услуг и сроках их выполнения, в том числе сроках обработки платежных документов, об имущественной ответственности сторон за нарушения договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, а также сведения о порядке расторжения договора и другие существенные условия.

Согласно частям 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 (вклад), 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 (глава 45 ГК РФ), если иное не предусмотрено правилами настоящей главы или не вытекает из существа

4 договора банковского вклада.

Таким образом, информация о следующих условиях 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 силу способа и манеры размещения информации, до потребителя доводится информация только об одном из условий оказания банковских услуг — максимальном размере процентной ставки, иные условия влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица фактически потребителем восприняты быть не могут.

Таким образом, при распространении рекламы банковских услуг «Высокая ставка по вкладам 13 %» установлен факт нарушения пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама банковских услуг «Высокая ставка по вкладам 13 %», содержащая признаки нарушения пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и

(или) содержание рекламы лицо.

Установлено что спорная реклама размещалась на основании последовательно заключенных договоров: Дополнительного соглашения № 30

от 01.11.2014 (далее — Соглашение 1) к Агентскому договору № МСВ1-ОМД/12-13 от 15.11.2013 (далее — Договор 1), заключенного между ОАО «Московский кредитный банк» и ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН»; Договора № ООНО1/01-07, заключенного между ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН» и ЗАО «Код оф трейд»; Договора № 994/ГС-11 от 20.12.2010, заключенного между ЗАО «Код оф трейд» и ОАО «Гэллэри Сервис».

Согласно пункту 1 Договора 1, ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН» принимает на себя обязательства оказать услуги, связанные с осуществлением рекламных компаний в отношении товарного знака «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК».

Согласно пункту 1 Соглашения 1, ОАО «Московский кредитный банк» поручает, а ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН» обязуется от своего имени, за счет и по поручению ОАО «Московский кредитный банк» заключать договоры с третьими лицами на производство и размещение рекламы клиента под товарным знаком ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» на средствах наружной рекламы.

При этом, в соответствии с пунктом 2.4 Договора 1, под рекламой

5 понимаются предоставленные ОАО «Московский кредитный банк» материалы рекламного характера, направленные на привлечения к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 Соглашения 1, производство представляет собой печать рекламных материалов в соответствии с оригинал-макетами, предоставленными ОАО «Московский кредитный банк» для размещения.

Согласно пункту 14.4 Договора 1, ОАО «Московский кредитный банк» гарантирует, что предоставленные им материалы в порядке, предусмотренным Договором, а также реклама соответствует требованиям действующего законодательства о рекламе.

На основании изложенного, учитывая, что реклама распространялась в интересах ОАО «Московский кредитный банк», должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что лицом, определившим содержание спорной рекламы, а равно ее рекламодателем, является ОАО «Московский кредитный банк».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Таким образом, с учетом приведенных выше обстоятельств, при распространении рекламы банковских услуг «Высокая ставка по вкладам 13%» установлен факт нарушения ОАО «Московский кредитный банк» части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Место совершения административного правонарушения: г. Москва, ул. Лобачевского, д. 37 (4 оп. до пересечения с Мичуринским пр-том).

Время совершения административного правонарушения — 01.11.2014 (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.

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 документами, представленными ОАО «Московский кредитный банк» в адрес Московского УФАС России, начальник управления рекламы <...> является лицом, ответственным за распространение

6

ОАО «Московский кредитный банк» рекламы «Высокая ставка по вкладам 13 %», с нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно трудовому договору между ОАО «Московский кредитный банк» и <...> от 13.10.2010, <...> является начальником управления рекламы ОАО «Московский кредитный банк».

Из положения об Управлении рекламы Департамента маркетинга и рекламы от 01.04.2014 № 03-02-02/965, а именно пп. 4.2.1. следует, что начальник управления несет персональную ответственность за качество выполняемых работ, а также пп. 4.2.8. обеспечивает правильное применение в работе действующего законодательства.

Также ОАО «Московский кредитный банк» представлен приказ о назначении должностного лица, ответственного за соблюдение ОАО «Московский кредитный банк» законодательства РФ о рекламе, из которого следует, что <...> назначена должностным лицом, ответственным за соблюдение Банком действующего законодательства РФ о рекламе, а также что на нее возложена ответственность за соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Таким образом, начальник управления рекламы ОАО «Московский кредитный банк» <...> является должностным лицом ОАО «Московский кредитный банк», ответственным за распространение ОАО «Московский кредитный банк» рекламы «Высокая ставка по вкладам 13 %», с нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Данный факт <...> не оспаривается, подтверждается письменными пояснениями, представленными лицом в протоколе об административном правонарушении в рамках настоящего дела.

На основании вышеизложенного установлено нарушение <...> требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Вина <...> состоит в ненадлежащем исполнении своих служебных обязанностей, а именно непринятии всех зависящих от нее мер по соблюдению требований законодательства при распространении рекламы «Высокая ставка по вкладам 13 %», с нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований установленных частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

7

ответственность.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, отягчающих административную ответственность, а также обстоятельств, смягчающих административную ответственность <...> В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 4 000 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 <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. За нарушение ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначить должностному лицу ОАО «Московский кредитный банк» начальнику управления рекламы <...> административное наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысяч) 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 ч. 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 зарегистрирован <...>, перечислением через банк, обслуживающий

8

хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе:

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
№ 4-14.3-888/77-15.

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном 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 установленном законом порядке 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.

9