

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о наложении штрафа по делу

### об административном правонарушении № 311-Р-16

26 июля 2016 года

г. Липецк

Резолютивная часть постановления объявлена 26 июля 2016 года

Постановление в полном объеме изготовлено 26 июля 2016 года

Я, заместитель руководителя управления-начальник отдела защиты конкуренции Липецкого УФАС России Дмитрий Алексеевич Шелестенко, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 311-Р-16, возбужденного в отношении публичного акционерного общества «РОСБАНК» (107078, г. Москва, ул. Маши Порываевой, д. 34 ИНН 7730060164 ОГРН 1027739460737) по ч. 6 ст. 14.3 КоАП РФ,

### УСТАНОВИЛ:

В г. Липецк по ул. Космонавтов в районе памятника авиаторам 15.07.2015 на рекламной конструкции со сменным изображением распространялась реклама следующего содержания: «Кредит наличными от 14.4 %<sup>1</sup> ПРИБЛИЖАЕМ МЕЧТЫ РОСБАНК SOCIETE GENERALE GROUP ... <...>».

Статья 1 ФЗ «О рекламе» в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В силу п. 1 ст. 3 Закона реклама – 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе» говорит, что объект рекламирования - 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.

п. 3 ст. 3 ФЗ «О рекламе» гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Объектом рекламирования в указанной выше рекламе является банковская услуга «кредит наличными от 14,4%».

Согласно п. 4 ст. 3 Закона ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального 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.

Часть 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» говорит: если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием 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 заёмщика и влияющие на неё.

С целью осуществления Управлением Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области (далее – Липецкое УФАС России, антимонопольный орган) своих полномочий по государственному надзору за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждению, выявлению и пресечению нарушений физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе были запрошены необходимые документы и информация.

В результате анализа поступивших в Липецкое УФАС России документов и информации установлено, что рекламодателем указанной выше рекламной информации является публичное акционерное общество «РОСБАНК» (107078, г. Москва, ул. Маши Порываевой, д. 34, ИНН 7730060164, ОГРН 1027739460737), которое заключило соглашение о проведении на территории Российской Федерации рекламных кампаний и размещении рекламно-информационных материалов с обществом с ограниченной ответственностью «Дэнцу Эйджис Си Эс» (ранее – ООО «Эйджис Медиа Си Эс»). Рекламная информация размещалась на рекламной конструкции со сменным изображением, принадлежащей обществу с ограниченной ответственностью «Липецк-Аутдор» (398059, г. Липецк, пл. Петра Великого, д. 5, оф. 503, ИНН 4826088052, ОГРН 1134827003222).

Из представленного ПАО «РОСБАНК» (далее – общество, банк) макета рекламы

видно, что текст, размещенный в правой нижней части рекламы шрифтом очень маленького размера, звучит следующим образом: «<sup>1</sup> Процентные ставки по кредиту (% годовых): от 14,4 до 29,9 % в рублях; срок кредита: от 6 до 60 месяцев с шагом в 1 месяц; сумма кредита: от 30,000 до 3,000,000 рублей. Для отдельных категорий клиентов ставка может быть снижена при отдельных условиях, с которыми вы можете ознакомиться на сайте [www.rosbank.ru](http://www.rosbank.ru). Параметры кредита зависят от категории клиента, срока кредита, первоначального взноса и Договора страхования жизни и здоровья Заемщика. Стоимость страховой защиты зависит от выбранной Программы страхования. С перечнем аккредитованных страховых компаний можно ознакомиться на сайте Банка <...>. С условиями страхования и тарифами можно ознакомиться на сайте или по телефону выбранной страховой компании. Банк оставляет за собой право отказать в выдаче кредита без объяснения причин. В расчет полной стоимости кредита включены все платежи, указанные в п. 4 ст. 6 Федерального закона от 21.12.2013 г. № 353-ФЗ. Генеральная лицензия № 2272 от 28.01.15 г.».

В виду того, что привлекательная для потребителя информация является читаемой и доступной (кредит наличными от 14,4 %), а информация, обязательная в силу закона, выполнена буквами маленького размера, исключаящими факт её восприятия, антимонопольный орган приходит к выводу, что, в распространенной посредством использования рекламной конструкции со сменным изображением рекламе, информация об остальных существенных условиях предоставления кредита, влияющих на его фактическую стоимость, отсутствует.

Делая вывод о невозможности прочтения информации, антимонопольный орган руководствуется совокупностью следующих обстоятельств размещения рекламы: месторасположение (рядом с проезжей частью на тротуаре, расстояние, на котором размещена реклама для неопределенного круга лиц); ограниченное время считывания информации; информация, содержащая остальные существенные условия предоставления кредита, выполнена буквами очень маленького размера и не контрастным цветом.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей. Информация об условиях предоставления кредита наличными является существенной.

То обстоятельство, что законодательство не содержит понятия шрифта маленького размера, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым. Формальное присутствие в рекламе сведений об условиях предоставления кредита, напечатанных мелким, не читаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, не может рассматриваться как их наличие.

Также необходимо отметить, что технические условия размещения рекламы лишают возможности потребителей получить полный текст рекламы, делая доступным только основной ее текст.

Согласно Постановлению Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ № 58 от 08 октября 2012г., рекламодатель 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 обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому, если соответствующая информация изображена таким образом,

что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт, цветовая гамма и т.п.), и это обстоятельство приводит к искажению смысла информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то такая информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Нарушение ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» связано с не представлением потребителю обязательной в силу Закона информации об условиях предоставления финансовой услуги – кредит наличными.

Распространенная рекламная информация о возможности получения в банке кредита наличными с процентной ставкой от 14,4% годовых направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, при этом существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие информации об условиях предоставления кредита может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой.

Закон обязывает формировать у потребителя рекламы правильное (достоверное) представление о соответствующем товаре, реклама должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение. При этом потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления об услуге при восприятии конкретного рекламоносителя, а не совокупности всех распространенных к определенному моменту рекламных материалов.

В нарушение п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» реклама умалчивает об иных условиях оказания банковской услуги по кредитованию, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, не содержит всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заёмщика и влияющих на неё.

В соответствии со ст. 30 ФЗ «О банках и банковской деятельности» отношения между Банком России, кредитными организациями и их клиентами осуществляется на основе договоров, если иное не предусмотрено федеральным законом. В договоре должны быть указаны процентные ставки по кредитам, стоимость банковских услуг и сроки их выполнения, в том числе сроки обработки платёжных 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.

Исходя из норм Гражданского кодекса РФ и ФЗ «О банках и банковской деятельности», существенными условиями кредитного договора являются: сумма кредита, срок и порядок его предоставления заёмщику, срок и порядок возврата полученного кредита, размер и порядок уплаты кредитору процентов. В соответствии с Постановлением Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.12.2012 г. к условиям, влияющим на стоимость

кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

В основном тексте рекламы ПАО «РОСБАНК», выполненном крупным шрифтом и контрастным цветом, сообщается о минимальной процентной ставке по кредиту – 14,4% годовых, в связи с чем, необходимо было в доступной для потребителя форме указать иные существенные условия предоставления кредита, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, а также определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на неё: максимальную процентную ставку по кредиту, минимальную и максимальную сумму кредита, минимальный и максимальный срок кредита, требования к заемщику и другие.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности, ч. 7 ст. 5, ст. 28 Закона несёт рекламодатель, которым, в силу п. 5 ст. 3 Закона, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть ПАО «РОСБАНК».

Таким образом, реклама ПАО «РОСБАНК» следующего содержания: «Кредит наличными от 14,4 %<sup>1</sup> ПРИБЛИЖАЕМ МЕЧТЫ РОСБАНК SOCIETE GENERALE GROUP ... 8-800-200-54-34 [www.rosbank.ru](http://www.rosbank.ru)», распространенная в г. Липецк 15.07.2015 на рекламной конструкции со сменным изображением, установленной по ул. Космонавтов в районе памятника авиаторам, содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе», так как в рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях оказания банковской услуги (кредит наличными от 14,4 %), реклама умалчивает об иных условиях предоставления кредита, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, и не содержит всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на неё.

Решением Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области от 20.10.2015 по делу № 15 (исх. № 5376-04 от 20.10.2015) реклама, распространяемая ПАО «РОСБАНК» в период с 01.07.2015 по 31.07.2015, следующего содержания: «Кредит наличными от 14,4 %<sup>1</sup> ПРИБЛИЖАЕМ МЕЧТЫ РОСБАНК SOCIETE GENERALE GROUP ... <...>, признана ненадлежащей, т.к. нарушены требования ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Таким образом, нарушив ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», ПАО «РОСБАНК» совершило административное правонарушение, за которое ч. 6 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч. 6 ст. 14.3 КоАП РФ распространение кредитной организацией рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержащей хотя бы одно условие,

влияющее на его стоимость, без указания всех остальных условий, определяющих полную стоимость кредита (займа) для заемщика и влияющих на нее, -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двадцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до восьмисот тысяч рублей.

Объектом рассматриваемого правонарушения является установленный порядок управления, в частности, в сфере государственного контроля и надзора.

Объективная сторона состоит в нарушении установленных рекламным законодательством норм и заключается в том, что ПАО «РОСБАНК» нарушило 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Субъект – публичное акционерное общество «РОСБАНК», зарегистрированное за основным государственным регистрационным номером 1027739460737.

Субъективная сторона выражается в форме вины, так как ПАО «РОСБАНК» должно было знать и соблюдать рекламное законодательство, однако, в ходе осуществления своей деятельности допустило нарушение требований действующего рекламного законодательства. У общества имелась возможность для соблюдения рекламного законодательства, однако им не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

Место совершения административного правонарушения – г. Липецк, ул. Космонавтов, в районе памятника авиаторам (реклама, распространяемая на рекламной конструкции со сменным изображением).

Время совершения административного правонарушения – с 01.07.2015 по 31.07.2015.

Уведомлением о составлении протокола от 20.06.2016 исх. № 2381-04 ПАО «РОСБАНК» назначена дата составления протокола на 22 июля 2016 года на 10 часов 30 мин. в Липецком УФАС России по адресу: г. Липецк, пл. Плеханова д.1, каб. 516.

На процедуру составления протокола об административном правонарушении явился представитель ПАО «РОСБАНК» <...> (по доверенности).

Определением о назначении места и времени рассмотрения дела об административном правонарушении № 311-Р-16 от 22.07.2016 рассмотрение дела в отношении ПАО «РОСБАНК» было назначено на 16 час. 00 мин. 26 июля 2016 года.

06.07.2016 на рассмотрении дела об административном правонарушении № 311-Р-16 явился представитель ПАО «РОСБАНК» <...> просил прекратить дело об административном правонарушении в отношении ПАО «РОСБАНК» в связи с тем, что общество было привлечено к административной ответственности за распространение схожей рекламы Управлением Антимонопольной службы по Хабаровскому краю. Однако в ходе рассмотрения дела было установлено, что распространение ненадлежащей рекламы производилось разными способами (баннер – в г. Хабаровске, рекламная конструкция со сменным изображением – в г. Липецке). Кроме того, наличие общей рекламной компании не свидетельствует об идентичности рассматриваемых рекламных материалов. Также <...> не признал

наличие нарушения рекламного законодательства Российской Федерации в действиях ПАО «РОСБАНК».

Кроме того, при рассмотрении дела № 15 по признакам нарушения рекламного законодательства Российской Федерации Липецкое УФАС России было наделено ФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе в отношении ПАО «РОСБАНК» (107078, г. Москва, ул. Маши Порываевой, д. 34, ИНН 7730060164, ОГРН 1027739460737), по факту распространения наружной рекламы ПАО «РОСБАНК» следующего содержания: «Кредит наличными от 14.4 %<sup>1</sup> ПРИБЛИЖАЕМ МЕЧТЫ РОСБАНК SOCIETE GENERALE GROUP ... <...>».

В соответствии с ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, административное наказание является установленной государственной мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

В силу ч. ч. 1, 3 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

Статьей 24.1 КоАП РФ предусмотрено, что задачами производства по делам об административных правонарушениях являются всестороннее, полное, объективное и своевременное выяснение обстоятельств каждого дела, разрешение его в соответствии с законом, обеспечение исполнения вынесенного постановления, а также выявление причин и условий, способствовавших совершению административных правонарушений.

Согласно п. 4 ст. 26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении подлежат выяснению обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Учитывая характер совершенного ПАО «РОСБАНК» административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, руководствуясь ст. 3.2, 3.5, 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПО С Т А Н О В И Л:**

Признать ПАО «РОСБАНК» (107078, г. Москва, ул. Маши Порываевой, д. 34 ИНН 7730060164 ОГРН 1027739460737) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 6 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере **300 000 (трехсот тысяч)** рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен

быть уплачен **не позднее 60 дней** со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьёй 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 9 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» сумму штрафа за нарушение законодательства о рекламе надлежит уплатить по следующим реквизитам:

**УФК по Липецкой области (Липецкое УФАС России л/с № 04461056940);**

**БИК 044206001**

**р/с 40101810200000010006 в ГРКЦ ГУ Банка России по Липецкой области**

**ИНН 4826018513**

**КПП 482601001**

**ОКТМО 42701000**

**КБК 16111626000016000140**

**(УИН: 0319806384072700000506791)**

Заверенную копию документа, подтверждающую уплату штрафа, лицо, привлечённое к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по адресу: 398050, г. Липецк, пл. Плеханова, д. 1, каб. 515а.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечёт 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, вынесенное должностным лицом в отношении юридического лица, может быть обжаловано в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 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.