

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № А18/159-14.3

о назначении административного наказания

за нарушение законодательства о рекламе

24.09.2018 г.

г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области <...>, рассмотрев материалы дела №А18/159-14.3, возбужденного в отношении <...> (адрес местонахождения: 115114, г. Москва, ул. Летниковская, д. 2, стр. 4, ОГРН 1027739019208, ИНН 7706092528, КПП 770501001, дата регистрации: 15.12.1992г.), по признакам административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ), в отсутствие законного представителя <...>, уведомленного надлежащим образом (о чем свидетельствуют почтовые уведомления №62599226625550, №62599226625673), которому права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс) разъяснены в протоколе об административном правонарушении №А18/159-14.3 от 20.08.2018г.,

У С Т А Н О В И Л:

Определением Тюменского УФАС России от 30.07.2018г. № А18/159-14.3 в отношении <...> возбуждено производство по делу об административном правонарушении № А18/159-14.3 по ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ). Проведено административное расследование. По результатам административного расследования 20.08.2018г. в отношении <...> составлен протокол №А18/159-14.3, которым зафиксировано следующее.

В адрес Тюменского УФАС России поступило заявление <...> (вх.8310 от 02.11.2017г.) о нарушении Закона о рекламе.

Из заявления следует, что в г.Тюмени по улице 50 лет ВЛКСМ по направлению в сторону ул.Тульская размещен рекламный щит с рекламой вкладов Ханты-Мансийского Банка Открытие, где крупным шрифтом указаны привлекательные для заявителя условия о процентной ставке по вкладу. Остальные же дополнительные условия не читаются.

Тюменским УФАС России в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе), в рамках реализации полномочий антимонопольного органа по государственному надзору за соблюдением законодательства РФ о рекламе 15.11.2017г. был произведен осмотр

рекламы, следующего содержания: «Вклад до 10% open.ru/vklad ОТКРЫТИЕ БАНК», размещенной на рекламных конструкциях по адресам: г. Тюмень, ул.50 лет ВЛКСМ, д.69а и г.Тюмень, ул.Малыгина, д.90 (акт осмотра наружной рекламы от 15.11.2017г.).

В результате вышеуказанного осмотра выявлено следующее. На рекламной конструкции (призматрон 3х6), размещенной по адресу: г. Тюмень ул. 50 лет ВЛКСМ, 69а, размещена реклама следующего содержания: «Вклад до 10% open.ru/vklad ОТКРЫТИЕ БАНК». Данная рекламная информация выполнена крупным шрифтом. В нижней части рекламы имеется текст, выполненный мелким нечитаемым шрифтом серого цвета на белом фоне. Рекламная конструкция размещена на обочине проезжей части по направлению движения по ул. 50 лет ВЛКСМ в сторону ул.Тульская г. Тюмени. При подаче данной рекламной информации происходит смена одного изображения на другое, в режиме показа нескольких секунд. Из-за размера шрифта, использованной цветовой гаммы, а также из-за того, что рекламное поле разбито на полосы, некоторые буквы изображены частично либо полностью отсутствуют.

Согласно письменным пояснениям, представленным <...> (вх.1166 от 19.02.2018г.), рассматриваемая рекламная информация распространялась в рамках договора №А04/16-Л от 19.05.2017г. (приложение №4), заключенного между <...> (далее – Исполнитель) и <...> (далее – Заказчик). На основании договора Заказчик поручает Исполнителю, от своего имени, но за счет Заказчика, обеспечивать изготовление и/или размещение рекламно-информационных материалов, в средствах наружной рекламы.

Согласно письменным пояснениям <...> (вх.№2099 от 26.03.2018г.), рассматриваемая рекламная информация распространялась в рамках агентского договора №10/05 от 10.05.2016 г., заключенного между <...> (далее – Агент) и <...> (далее – Принципал). На основании договора Принципал поручает Агенту, от своего имени, но за счет Принципала, осуществлять юридические и иные действия по организации и проведению рекламных компаний в отношении товаров (в том числе работ, услуг), средств индивидуализации Принципала или третьих лиц и результатов интеллектуальной деятельности либо мероприятий, а также по созданию рекламно-информационных материалов, организации и проведению исследований, на территории РФ.

Рассматриваемая информация является рекламой, где объектом рекламирования выступает вклад.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее – Закон 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 и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке; 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; потребители рекламы - лица, на

привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

Как следует из части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно подпункту 4 статьи 3 Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, где объектом рекламирования выступает вклад.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 г., под финансовой услугой понимается банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Согласно пункту 6 статьи 4 Закона о защите конкуренции, финансовая организация – хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги – кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, пенсионный участник рынка ценных бумаг.

Таким образом, согласно Закону о защите конкуренции, под финансовую услугу подпадают конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением, размещением денежных средств, но только в случае, если они оказываются финансовой организацией. При этом перечень финансовых организаций содержится в пункте 6 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции». Данный перечень является закрытым.

В соответствии со статьей 1 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности», пунктом 6 статьи 4, пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135 «О защите конкуренции» <...> является кредитной, финансовой организацией, осуществляющей финансовые, банковские услуги.

Следовательно, вышеуказанная реклама <...> о вкладе Банка открытие является рекламой финансовой (банковской) услуги – вклада, где указаны условия, влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся этой услугой лица.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой финансовой

услуги – вклада.

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе предусмотрено, что реклама банковских услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В рассматриваемой рекламе вклада <...> крупным шрифтом выделено наиболее привлекательное для потребителей условие - процентная ставка по вкладу до 10 % годовых.

Вместе с тем, иные условия вклада, при которых будет действовать данная процентная ставка, указаны формально и не могут быть восприняты потребителями, поскольку данные сведения представляются потребителям на белом фоне очень мелким шрифтом бледно-серого цвета.

Указанные выше особенности лишают потребителей рекламы возможности воспринимать ее в полном объеме, делая доступным для нормального восприятия только текст рекламы, выполненный крупным шрифтом, что в отсутствие доступных для нормального восприятия сведений о существенных условиях рекламируемого банковского вклада приводит к искажению смысла информации и вводит потребителей в заблуждение.

Формальное наличие в рекламе существенной информации об условиях договора банковского вклада, при ненадлежащей форме представления соответствующих сведений, не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе.

Таким образом, в рекламе вклада Банка Открытие при указании одного из условий вклада (процентной ставки по вкладу), иные условия, при которых будет действовать данная процентная ставка, не могут быть восприняты потребителями, и соответственно отсутствуют.

Требования части 2 статьи 28 Закона о рекламе напрямую корреспондирует с требованиями части 7 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которой не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рассматриваемая реклама <...> направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться предоставляемой финансовой услугой. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, которая способна обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой – либо части информации о представляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей имеющих намерение приобрести рекламируемый товар.

Указание в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об

условии его приобретения или использования является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Актом осмотра от 15.11.2017г. установлено, что рассматриваемая реклама содержит только одно условие – процентную ставку по вкладу, вместе с тем остальные условия, определяющие полную стоимость вклада, указаны таким образом, что не воспринимаются.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушение требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствуют условия определяющие стоимость кредита для заемщика, сведения об условиях предоставления кредита, что способно ввести в заблуждение потребителей рекламы относительно рекламируемых объектов.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

<...> не согласно с вменяемым нарушением. По мнению Общества, макет рекламного сообщения содержал все необходимые условия, влияющие на сумму доходов/расходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица (информация о сроке вклада, минимальной сумме, пополнении, о начислении процентов каждые 91 день, о ставке внутри срока договора и прочие).

Данные доводы являются несостоятельными по следующим основаниям.

Согласно Постановлению Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ №58 от 08.10.2012 г., 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 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.

Рассматриваемая реклама, следующего содержания: «Вклад до 10% open.ru/vklad ОТКРЫТИЕ БАНК», расположена на рекламных конструкциях: Сити-борд 2,7х3,7 по адресу (г. Тюмень, ул. Мельникайте-Малыгина), и призматрон 6х3, размещенной по адресу: г. Тюмень, ул.50 лет ВЛКСМ, д.69а.

При этом рекламная информация «Вклад до 10% годовых» выполнена крупным

шрифтом, а в нижней части рекламы имеется текст, выполненный мелким нечитаемым шрифтом. Рекламные конструкции размещены вдоль проезжей части. При подаче данной рекламной информации происходит смена одного изображения на другое, в режиме показа нескольких секунд. Из-за размера шрифта, использованной цветовой гаммы, часть указанной информации не воспринимается потребителем рекламы.

Особенности размещения рекламы (месторасположение возле проезжей части дороги, ограниченное время считывания информации при движении, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги) лишают возможности потребителей рекламы получить полный текст рекламы, делая доступным только основной текст: «Вклад до 10% open.ru/vklad ОТКРЫТИЕ БАНК», а иные существенные условия получения финансовой услуги являются недоступными для потребителя рекламы.

Кроме того, в Управление поступило заявление гражданина, указывающее на признаки нарушения законодательства о рекламе при распространении данной рекламы.

Таким образом, в данной рекламе нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствуют сведения обо всех существенных условиях получения финансовой услуги.

Общество в своих возражениях также ссылается на нарушение подведомственности при рассмотрении дела №Р18/65-28, поскольку реклама распространялась на территории нескольких субъектов и, по мнению Общества, в связи с тем, что определение Тюменского УФАС России от 30.07.2018г. о возбуждении дела №А18/159-14.3 об административном правонарушении и проведении административного расследования основаны на результатах проверки по делу №Р17/65-28 повод для возбуждения дела в отношении <...> отсутствует.

Данные доводы <...> не соответствуют действительности.

Согласно ст.28.1 КоАП РФ, поводами к возбуждению дела об административном правонарушении являются как непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, так и сообщения и заявления физических и юридических лиц, а также сообщения в средствах массовой информации, содержащие данные, указывающие на наличие события административного правонарушения.

В соответствии со ст. 28.7 КоАП РФ, решение о возбуждении дела об административном правонарушении и проведении административного расследования принимается должностным лицом, уполномоченным в соответствии со статьей 28.3 Кодекса составлять протокол об административном правонарушении.

Таким образом, решение о возбуждении дела об административном правонарушении принимается по факту совершения правонарушения, и никак не связано с вынесением решения антимонопольного органа о нарушении

законодательства о рекламе. Административное расследование проводится по месту совершения или выявления административного правонарушения. Дело об административном правонарушении, по которому было проведено административное расследование, рассматривается по месту нахождения органа, проводившего административное расследование.

Таким образом, процессуальные нормы привлечения к административной ответственности <...> соблюдены в полном объеме.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ч.7 ст. 5, ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе несет рекламоделец.

Согласно п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Согласно п. 1.1 Агентского договора № 10/05 от 10.05.2016 г., заключенного между <...>, в настоящее время <...> (далее – Принципал) и ООО «Альт Коммуникейшн Групп» (далее – Агент), Принципал поручает Агенту, от своего имени, но за счет Принципала, осуществлять юридические и иные действия по организации и проведению рекламных компаний в отношении товаров (в том числе работ, услуг), средств индивидуализации Принципала или третьих лиц и результатов интеллектуальной деятельности либо мероприятий, а также по созданию рекламно-информационных материалов, организации и проведению исследований, на территории РФ.

Согласно п. 2.1.1 Агентского договора № 10/05 от 10.05.2016 г., Агент разрабатывает стратегию проведения рекламных кампаний Принципала (размещение рекламы в СМИ; размещение рекламы на прочих рекламных носителях и в сети Интернет; организация и/или проведение рекламных мероприятий). А также, Агент: разрабатывает планы, сметы, графики размещения рекламы и проведения рекламных мероприятий; осуществляет тактическое медиапланирование, в том числе выбор медианосителей; организывает разработку и создание (производство) рекламно-информационных материалов по поручению Принципала.

Согласно п. 2.2.6 Агентского договора № 10/05 от 10.05.2016 г., Принципал обязуется предоставлять рекламные материалы, в соответствии с заключенными Агентом договорами на размещение рекламы с третьими лицами.

Согласно п. 6.2 Агентского договора № 10/05 от 10.05.2016 г., Принципал несет полную ответственность за несоответствие действительности и действующему законодательству РФ информации, использованной в рекламном материале по требованию Принципала, а также за форму и содержание рекламных материалов.

Таким образом, <...> (115114, г. Москва, ул. Летниковская, д. 2, стр. 4, ИНН 7706092528, ОГРН 1027739019208) является рекламоделем рассматриваемой рекламы, который в соответствии с договором несет полную ответственность, как за форму, так и за содержание рекламных материалов.

В силу части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламоделем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем законодательства

Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, 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.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

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 (ч.2 ст.2.1 КоАП РФ).

Объектом правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы, а также регламентированный порядок осуществления предпринимательской деятельности.

Объективную сторону состава административного правонарушения образует распространение рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе, а именно ч.7 ст.5 и ч.2 ст.28 Закона о рекламе.

Правонарушение, предусмотренное ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям пренебрежительным отношением лица к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к требованиям, предусмотренным Законом о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Ч.1 ст.14.3 КоАП РФ предусматривает наступление административной ответственности вне зависимости от наличия/отсутствия отрицательных последствий распространения ненадлежащей рекламы.

Субъектом административного правонарушения по делу № А18/159-14.3 выступает – <...> (адрес местонахождения: 115114, г. Москва, ул. Летниковская, д. 2, стр. 4, ОГРН 1027739019208, ИНН 7706092528, КПП 770501001, дата регистрации: 15.12.1992г.).

Вина <...> состоит в том, что оно не выполнило установленных Законом о рекламе требований и не предприняло всех зависящих от него мер по их соблюдению.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, <...>, распространяя вышеуказанную рекламу, с нарушением рекламного законодательства, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения – г. Тюмень.

Время совершения административного правонарушения - с 29.09.2017 г. по 30.11.2017г.

Дело об административном правонарушении № А18/159-14.3 в соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного <...> административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного правонарушения, при рассмотрении дела не установлено.

Обстоятельством, отягчающим административную ответственность, признается совершение правонарушения не впервые.

На основании изложенного, учитывая характер и степень виновности лица, привлекаемого к административной ответственности, причины и условия совершения административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.4, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

П О С Т А Н О В И Л:

1. Применить к <...> (115114, г. Москва, ул. Летниковская, д. 2, стр. 4, ИНН 7706092528, ОГРН 1027739019208), меру ответственности в виде административного штрафа в размере 101 000 (сто одна тысяча) рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Наименование получателя: Управление федерального казначейства
Министерства финансов России по Тюменской области (Тюменское УФАС России)

ИНН 7202081799, КПП 720301001

счет 40101810300000010005

банк получателя: отделение Тюмени г. Тюмень

БИК 047102001, ОКТМО 71701000

код бюджетной классификации – 161 116 26000 01 6000 140

УИН: 16117092600001373685 (указывать обязательно!!!)

Назначение платежа: «нарушение ч.1 ст.14.3 КоАП РФ».

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП 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.

Заместитель

руководителя управления

<...>