

# ПОСТАНОВЛЕНИЕ № А18/340-14.3

о назначении административного наказания  
за нарушение законодательства о рекламе  
19.09.2018г.

г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области <...>, рассмотрев материалы дела №А18/340-14.3, возбужденного в отношении АО <...> (117420, г. Москва, ул. Наметкина, д. 16, корпус 1, ОГРН 1027700167110, ИНН 7744001497, КПП 772801001, дата регистрации: 13.11.2001), в присутствии представителя (защитника) АО <...> - <...> (доверенность №66АА 4634257 от 09.10.2017г.),

## УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) от 31.05.2018г. № Р18/12-28 признана ненадлежащей реклама, следующего содержания: «ГАЗПРОМБАНК ВРЕМЯ ВОЛШЕБНЫХ ПРОЦЕНТОВ ВКЛАД «ПРАЗДНИЧНЫЙ» 7,25% ставка по вкладу 8-800-100-07-01 | gazprombank.ru», размещенная на рекламной конструкции по адресу: г. Тюмень, ул. Максима Горького, д. 44, корп. 3, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

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

Исследовав материал административного дела, установлено следующее.

Согласно статье 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, формирования или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается 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 Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается «любое лицо, которому адресуется реклама или которого она сможет достичь, вне зависимости от того, является ли оно конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем». Экономической целью размещения рекламы, является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Таким образом, вышеуказанная информация является рекламой, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе, где объектом рекламирования являются вклады.

В Законе о рекламе отсутствуют такие понятия, как «Финансовая организация», «Финансовые услуги». Соответственно, для положений Федерального закона «О рекламе» возможно применение понятий и терминов, установленных в Федеральном законе «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006г. (далее – Закон о защите конкуренции).

Так, согласно пункту 2 статьи 4 Закона о защите конкуренции, 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, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

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» АО <...> является кредитной, финансовой организацией, осуществляющей финансовые, банковские услуги. Следовательно, вышеуказанная реклама АО «Газпромбанк» о вкладе в данном банке 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.

Таким образом, при наличии в рекламе финансовых услуг, в том числе услуг, связанных с принятием вклада, пользованием им и его погашением, хотя бы одного из условий, влияющих на сумму доходов или расходов, которые получают или понесут воспользовавшиеся этими услугами лица, в ней следует указывать все иные условия, которые влияют на фактическую сумму расходов или доходов, которые могут возникнуть в связи с использованием рекламируемых финансовых услуг.

Указание в рекламе услуг по принятию вкладов от населения максимальной ставки, определяющей размер начисляемых по вкладам процентов, само по себе не позволяет потребителю, проявляющему интерес к рекламируемой финансовой услуге, получить достаточные сведения о фактической доходности вклада, в связи, с чем способствует формированию у него неверных представлений о сумме

денежных средств, которую можно получить, воспользовавшись рекламируемым продуктом.

В рассматриваемой рекламе вклада АО «Газпромбанк» крупным шрифтом выделено наиболее привлекательное для потребителей условие - процентная ставка по вкладу 7,25%.

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 светло-серым цветом на белом фоне.

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 АО «Газпромбанк» 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.

Согласно письменным пояснениям <...> (вх.№7298 от 18.09.2018г.), Общество не согласно с вменяемым правонарушением, считает, что реклама содержит весь обязательный объем информации обо всех условиях договора банковского вклада «Праздничный», влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица.

Вместе с тем, 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 «ГАЗПРОМБАНК ВРЕМЯ ВОЛШЕБНЫХ ПРОЦЕНТОВ ВКЛАД «ПРАЗДНИЧНЫЙ» 7,25% ставка по вкладу 8-800-100-07-01 | gazprombank.ru», расположена на рекламной конструкции (скроллер динамический 2,7х3,7) по адресу: г. Тюмень, ул. Максима Горького, д. 44, корп. 3. При этом рекламная информация «ГАЗПРОМБАНК ВРЕМЯ ВОЛШЕБНЫХ ПРОЦЕНТОВ ВКЛАД «ПРАЗДНИЧНЫЙ» 7,25% ставка по вкладу 8-800-100-07-01 | gazprombank.ru» выполнена крупным шрифтом, а в нижней части рекламы имеется текст, выполненный светло-серым цветом на белом фоне. 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 (ограниченное время считывания информации, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги) лишают возможности потребителей рекламы получить полный текст рекламы, делая доступным только основной текст: «ГАЗПРОМБАНК ВРЕМЯ ВОЛШЕБНЫХ ПРОЦЕНТОВ ВКЛАД «ПРАЗДНИЧНЫЙ» 7,25% ставка по вкладу 8-800-100-07-01 | gazprombank.ru», а иные существенные условия получения финансовой услуги являются недоступными для потребителя рекламы.

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

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 АО «Газпромбанк» 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 предоставляемых 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 09.01.2018 г. 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.

Поскольку остальные условия, определяющие возможность воспользоваться услугой вклада указаны таким образом, что не воспринимаются потребителем, в рассматриваемой рекламе отсутствует часть существенных условий, влияющих на сумму дохода, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, а, следовательно, в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе. В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 2 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламоделец.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламоделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания лицо.

Материалами дела установлено, что АО <...> (117420, г. Москва, ул. Наметкина, д. 16, корпус 1, ОГРН 1027700167110, ИНН 7744001497, КПП 772801001, дата регистрации: 13.11.2001) является рекламоделем рассматриваемой рекламы,

который в соответствии с договором несет полную ответственность, как за форму, так и за содержание рекламных материалов.

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.

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, 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 № А18/340-14.3 выступает – АО <...> (117420, г. Москва, ул. Наметкина, д. 16, корпус 1, ОГРН 1027700167110, ИНН 7744001497, КПП 772801001, дата регистрации: 13.11.2001).

Вина АО <...> 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, АО <...>, распространяя вышеуказанную рекламу, с нарушением рекламного законодательства, совершила административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела Р18/12-28 – с 01.01.2018 по 31.01.2018 г.

Дело об административном правонарушении № А18/340-14.3 в соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного АО <...>

административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

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

Пунктом 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» предусмотрено, что малозначительность имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения. Безразличное отношение лица к своим публично-правовым обязанностям, которые установлены действующим законодательством, свидетельствует о существенной угрозе охраняемым общественным отношениям. Следовательно, признать допущенное АО <...> правонарушение в качестве малозначительного недопустимо. На основании изложенного, принимая во внимание доказанность имеющимися материалами дела события и состава допущенного АО <...> административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.10, 4.1, 4.5, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### ПО С Т А Н О В И Л:

1. Применить к АО <...> (117420, г. Москва, ул. Наметкина, д. 16, корпус 1, ОГРН 1027700167110, ИНН 7744001497, КПП 772801001, дата регистрации: 13.11.2001), 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 16117092400001371740 (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

<...>