

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 074/04/14.3-822/2023

об административном правонарушении

03 мая 2023 года
59

г. Челябинск, пр. Ленина,

Я, <...>, рассмотрев материалы дела об административном правонарушении № **074/04/14.3-822/2023**, возбужденного в отношении руководителя направления бизнес-маркетинга розничного бизнеса Управления маркетинга розничного бизнеса Дирекции бизнес-маркетинга Департамента маркетинга и коммуникаций АО «Альфа-Банк»<...> (паспорт: <...> (далее — <...>)) по факту распространения рекламы следующего содержания: «20% по накопительному Альфа-Счёту», размещаемой на экране банкомата, расположенного в ТРК «Родник» города Челябинска (далее - реклама, размещенная на экране банкомата), с нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

в отсутствие лица и (или) представителя с надлежащим образом оформленной доверенностью лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении, извещенного о дате, времени и месте составления протокола, что подтверждается возвратами конвертов, содержащих копии определения о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении № 074/04/14.3-822/2023 и продлении срока его рассмотрения, копии протокола № 074/04/14.3-822/2023 об административном правонарушении (отчеты об отслеживании: <...>),

УСТАНОВИЛ:

Челябинским УФАС России рассмотрено заявление физического лица (вх. № 8597-ИП/22 от 30.06.2022) по факту распространения рекламы следующего содержания: «20% по накопительному Альфа-Счёту», размещаемой на экране банкомата, расположенного в ТРК «Родник» города Челябинска (далее - реклама, размещенная на экране банкомата), с признаками нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно сведениям, представленным заявителем, 03.06.2022 на экране банкомата, расположенного в ТРК «Родник» города Челябинска, размещена рекламная информация следующего содержания: «20% по накопительному Альфа-Счёту. 20%».

Заявитель указывает, что по условиям открытия накопительного счета «Альфа-Счет» с 01.06.2022 действовала следующая процентная ставка:

1-2 месяца без условий для всех - 10%;

3 месяц и далее: - все клиенты при покупках по картам от 10 000 руб., базовая ставка без покупок 4%;

- клиенты с пакетом услуг «А-КЛУБ» при покупках по картам от 100 000 руб., базовая ставка без покупок 4,5%.

АО «Альфа-Банк» представило письменные пояснения, в которых указало, что банкомат не является рекламным носителем.

Фотоматериалы, представленные заявителем, не позволяют однозначно определить, что они являются «заставкой» банкомата, а также то, что зафиксированы 03.06.2022. Поскольку с 01.06.2022 процентная ставка по счету «Альфа-Счет» изменилась, соответственно, информация в автоматических устройствах, осуществляющих расчеты, изменена Банком к указанной дате.

Банкоматы интерактивные и выводят на экран информацию с предложением адресно — в контексте конкретной операции, с учетом истории конкретного клиента. Заявителем не представлена информация при каких обстоятельствах зафиксирована «заставка» в банкомате.

АО «Альфа-Банк» указывает, что рассматриваемая «заставка» с содержанием: «20% по накопительному Альфа-Счёту», загружена в банкоматы г. Челябинска с 01.03.2022 по 30.04.2022.

В течение первых двух месяцев с даты открытия счета итоговая ставка включает в себя базовую и приветственную ставки, составляет 20%.

Размер приветственной надбавки утвержден Распоряжением № 354 от 05.03.2022, размер базовой ставки утвержден Распоряжением № 919 от 28.06.2021.

Данная «заставка» не утверждалась банком, порядок и способы согласования в банке не установлены.

АО «Альфа-Банк» представлены: Распоряжение от 27.05.2022 № 846.1 об установлении и введении в действие с 01.06.2022 надбавки за расходные операции и приветственной надбавки, выписка из приказа от 04.05.2022 № 220504/2350/Л, Распоряжение № 354 от 05.03.2022 с приложениями (далее — Распоряжение № 354), Распоряжение № 919 от 28.06.2021 с приложениями (далее — Распоряжение № 919).

Кроме того, Челябинским УФАС России запрошено решение КУАП № 7 от 16.04.2015, на основании которого вынесены Распоряжения № 354, 919.

АО «Альфа-Банк» полагает, что данный документ не влияет на факт распространения рекламы, не является доказательством, позволяющим сделать вывод о наличии либо отсутствии признаков нарушения законодательства о рекламе. Данный документ хранится в территориально и технологически удаленных архивах, содержит коммерческую тайну, в связи с чем не представлен в Челябинское УФАС России.

Челябинским УФАС России направлен уточняющий запрос заявителю, в ответ на который последним сообщено, что датой и временем фотофиксации банкомата с рекламой: «20% по накопительному Альфа-Счёту», является 04.06.2022 в 18:52.

В подтверждение заявителем представлен скриншот метаданных, содержащий дату, время и место осуществления фотофиксации.

Нахождение заявителя у банкомата 04.06.2022 также подтверждается чеком о снятии денежных средств со счета.

В соответствии с пунктом 5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 (далее - Правила), в случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

При этом территориальный орган Федеральной антимонопольной службы обязан в 5-дневный срок известить о возбуждении дела территориальный орган Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в отношении которого возбуждено дело.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», 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 (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно статье 1 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (далее - Федерального закона «О банках и банковской деятельности») банк - кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

Так, к банковским операциям относятся, в том числе открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц (статья 5 Федерального закона

«О банках и банковской деятельности»).

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Федеральным [законом](#) № 38-ФЗ к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В соответствии с [частью 7 статьи 5](#) Федерального 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.

В соответствии с [пунктом 2 части 2 статьи 28](#) Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности 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.

Информация об условиях, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся вкладом лица, является существенной для потребителя, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, исказить смысл рекламы и ввести потребителей в заблуждение относительно условий вклада.

В соответствии со сведениями, представленными заявителем, в том числе скриншотом метаданных, на экране банкомата, расположенного в ТРК «Родник» города Челябинска, размещалась следующая информация: «20% по накопительному Альфа-Счёту».

Исходя из содержания, места распространения указанная информация имеет все признаки рекламы:

- распространена с использованием экрана банкомата;
- предназначена для неопределенного круга лиц, поскольку банкомат с данной информацией расположен в общественном месте, а именно в ТРК «Родник» города Челябинска;
- привлекает, формирует и поддерживает интерес к финансовым услугам, оказываемым АО «Альфа-Банк»;
- способствует продвижению финансовых услуг АО «Альфа-Банк» на рынке.

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является накопительный Альфа-Счет, процентная ставка которого составляет 20% годовых.

Кроме того, специалистами Челябинского УФАС России осуществлен выезд на место размещения банкомата в ТРК «Родник» города Челябинска, по результатам которого составлен Акт осмотра от 27.10.2022 № 131.

При проведении осмотра банкомата велась фото-видеосъемка с использованием устройства HUAWEI P40 lite, модель E ART-L29.

Согласно Акту осмотра от 27.10.2022 № 131 Челябинским УФАС России установлено, что информация рекламного характера транслируется на экране банкомата в виде сменяющихся слайдов. Экран банкомата не переходит в «спящий» режим, находится в постоянном работающем режиме. Реклама транслируется свободно, адресная направленность с учетом истории конкретного клиента не установлена. В момент фотофиксации рекламы транслировалась информация о накопительном Альфа-Счете, процентная ставка которого составляла 9%. В данной рекламе также отсутствовали иные условия, влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица. Кроме того, на слайде содержания: «9% по накопительному Альфа-Счету», повторно присутствовала процентная ставка (9%) в более крупном шрифте, ином цвете, выделяющемся на общем фоне слайда, что, в первую очередь, привлекает внимание потребителей. На данном слайде также содержатся указания: «Операции с картой Вставьте карту или приложите карту/смартфон с NFC-чипом», «Операции без карты Внести на счет или погасить кредит, оплатить услуги, самоинкассация», «Продолжить без карты», данный факт подтверждает отсутствие адресной направленности с учетом истории конкретного клиента, соответственно, данная реклама предназначена для неопределенного круга лиц. При этом на экране банкомата слайды транслируются с повторами, что позволяет потребителям неоднократно ознакомиться с информацией рекламного характера.

Оценка содержания текста, размещенного на экране банкомата, расположенного в ТРК «Родник» города Челябинска, вынесена на Экспертный совет по применению законодательства о рекламе. По результатам опроса составлен Протокол от 30.08.2022 № 3, в соответствии с которым на поставленные вопросы:

«Является ли информация, размещенная на экране банкомата, расположенного в ТРК «Родник» города Челябинска, рекламой?», за ответ «да» проголосовало большинство экспертов;

«Создается ли впечатление, что указанная информация рекламирует такой банковский продукт АО «Альфа-Банк», как открытие накопительного счета?», за ответ «да» проголосовало большинство экспертов.

Таким образом, установленные обстоятельства, Акт осмотра от 27.10.2022 № 131, результаты опроса Экспертного совета по применению законодательства о рекламе подтверждают, что информация, размещенная на экране банкомата, расположенного в ТРК «Родник» города Челябинска, является рекламой.

На основании изложенного, доводы АО «Альфа-Банк» о том, что информация, размещенная на экране банкомата, не является рекламой отклонены.

Реклама следующего содержания: «20% по накопительному Альфа-Счёту», не содержит иные условия, влияющие на сумму изменения процентной ставки, период действия ставки.

Согласно Распоряжению № 919 с 01.07.2021 для клиентов — физических лиц, заключивших Договор КБО, установлены размеры и максимальные суммы минимального остатка денежных средств, размещенных на счете «Альфа-Счет», для применения Надбавки за Расходные операции, Приветственной надбавки.

Так, размер Надбавки за Расходные операции устанавливается *в зависимости от Пакета услуг или обслуживания в рамках Универсальной линейки карт* (пакеты услуг: «А-Клуб», «Максимум+», «Максимум Ultra» и др.) (приложение № 1 к Распоряжению № 919).

Универсальная линейка карт - совокупность дебетовых (расчетных) карт, которые Клиент может оформить без оформления Пакета услуг, или в рамках Пакета услуг «Премиум» (пункт 1 Договора КБО).

Размер Приветственной ставки устанавливается также *в зависимости от Пакета услуг или обслуживания в рамках Универсальной линейки карт* (пакеты услуг: «А-Клуб», «Максимум+», «Максимум Ultra» и др.) (приложение № 2 к Распоряжению № 919).

Процентные ставки для расчета итоговой процентной ставки для начисления процентов на минимальный остаток по Счету «Альфа-Счет» устанавливаются в зависимости от Пакета услуг, а также периода нахождения средств на Счете (приложение № 3 к Распоряжению № 919).

Согласно Распоряжению № 354 с 11.03.2022 для клиентов — физических лиц, заключивших Договор КБО, установлены размеры и максимальные суммы минимального остатка денежных средств, размещенных на счете «Альфа-Счет», для применения Надбавки за Расходные операции, Приветственной надбавки.

Так, размер Надбавки за Расходные операции (приложение № 1 к Распоряжению № 354), размер Приветственной надбавки (приложение № 2 к Распоряжению № 354) устанавливаются *в зависимости от Пакета услуг или обслуживания в рамках Универсальной линейки карт* (пакеты услуг: «А-Клуб», «Максимум+», «Максимум Ultra» и др.).

Максимальные процентные ставки для начислений процентов на минимальный остаток по Счету «Альфа-Счет» в рублях и долларах США в рамках Проекта «Особые условия» устанавливаются в зависимости от Пакета услуг, а также периода нахождения средств на Счете (приложение № 3 к Распоряжению № 354).

Таким образом, реклама следующего содержания: «20% по накопительному Альфа-Счёту», не содержит иные условия, влияющие на сумму изменения процентной ставки, период действия данной ставки.

Размер процентной ставки по рассматриваемому накопительному Счету «Альфа-Счет» относится к одному из условий, влияющих на сумму доходов, которые могут получить воспользовавшиеся услугами лица, изменение АО «Альфа-Банк»

размеров процентных ставок по счету, приводит к изменению суммы доходов потребителей.

Из содержания Распоряжения № 919, № 354 следует, что итоговая ставка по накопительному счету «Альфа-Счет» для клиентов устанавливается в зависимости от пакета услуг или обслуживания в рамках Универсальной линейки карт, периода нахождения средств на счете «Альфа-Счет».

Вместе с тем, реклама, размещенная на экране банкомата, ограничивается только указанием размера процентной ставки.

Иные условия, влияющие на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, в рекламе отсутствуют.

Оценка содержания текста, размещенного на экране банкомата, расположенного в ТРК «Родник» города Челябинска, также вынесена на Экспертный совет по применению законодательства о рекламе. По результатам опроса составлен Протокол от 30.08.2022 № 3, в соответствии с которым на поставленные вопросы:

«Создается ли впечатление, что при открытии накопительного счета в АО «Альфа-Банк» процентная ставка составит 20 % на весь период использования счета?», за ответ «да» проголосовало большинство экспертов;

«При прочтении данной рекламы создается ли впечатление об умалчивании об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица?», за ответ «да» проголосовало большинство экспертов.

Анализ полученных антимонопольным органом доказательств, результаты опроса Экспертного совета по применению законодательства о рекламе подтверждают, что действия АО «Альфа-Банк» при распространении рекламы на экране банкомата содержания: «20% по накопительному Альфа-Счёту», выразившиеся в привлечении внимания к размеру процентной ставки по накопительному счету «Альфа-Счет», умолчании существенной для потребителей и предусмотренной законом для обязательного указания в рекламе информации об иных условиях финансовой услуги, влияющих на сумму дохода/расхода, которую получат/понесут воспользовавшиеся услугой лица, в совокупности искажают смысл информации и вводят в заблуждение потребителей рекламы, что свидетельствует о нарушении АО «Альфа-Банк» [части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28](#) Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», ответственность несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно документам, представленным АО «Альфа-Банк», должностным лицом ответственным за распространение рекламы является руководитель направления бизнес-маркетинга розничного бизнеса Управления маркетинга розничного бизнеса Дирекции бизнес-маркетинга Департамента маркетинга и коммуникаций

АО «Альфа-Банк»<...>. В подтверждении указанного АО «Альфа-Банк» представлена Выписка из приказа от 04.05.2022, должностная инструкция, трудовой договор от 03.08.2020 № 169200, профили должностей.

Распространение ненадлежащей рекламы также установлено решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по делу № 074/05/28-2512/2022 от 29 ноября 2022 года.

В силу 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 ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

Должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей подлежит административной ответственности (статья 2.4 КоАП РФ).

В соответствии с примечанием к статье 2.4. КоАП РФ руководители организаций, совершившие административное правонарушение в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций, физические лица, являющиеся учредителями (участниками) юридических лиц несут административную ответственность как должностные лица.

Таким образом, в действиях <...>, выразившихся в распространении рекламы следующего содержания: «20% по накопительному Альфа-Счёту», размещаемой на экране банкомата, расположенного в ТРК «Родник» города Челябинска, содержится состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Челябинским УФАС России направлено Уведомление о составлении протокола в отношении <...>(от 07.03.2023 исх. № 07/2840/23).

В ответ на уведомление <...> представлены письменные пояснения, согласно которым распространение данной рекламы финансовых услуг было частью реализуемого ею рабочего процесса по проекту в соответствии с возложенными обязанностями, исполнению которых служит, в том числе продвижение и популяризация продуктов Банка. В рамках функциональных обязанностей по вверенному направлению<...> несет ответственность за нарушение требований законодательства, в том числе Федерального закона «О рекламе». К административной ответственности<...>за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе не привлекалась.

Кроме того,<...> представлена информация о семейном и финансовом положении, а также указание на рассмотрение возможности освобождения от административной ответственности в связи с малозначительностью и прекращение производства по делу.

Место совершения административного правонарушения: Челябинская обл., г.

Челябинск.

Время совершения административного правонарушения: 03 июня 2022 года.

Срок давности привлечения к административной ответственности за административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, составляет один год со дня совершения административного правонарушения (часть 1 статьи 4.5 КоАП РФ).

Распространение рекламы осуществлялось АО «Альфа-Банк» **03 июня 2022 года.**

Таким образом, срок давности привлечения <...>. к административной ответственности за данное нарушение истекает **03 июня 2023 года.**

Статья 1.5. КоАП РФ устанавливает, что лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Вина <...> выразилась в ненадлежащем исполнении обязанности по соблюдению требований рекламного законодательства при осуществлении должностных обязанностей, в результате которых распространялась реклама следующего содержания: «20% по накопительному Альфа-Счёту», размещаемая на экране банкомата, расположенного в ТРК «Родник» города Челябинска, с нарушением требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

С субъективной стороны рассматриваемый состав административного правонарушения характеризуются умышленной формой вины, т.е. лицо сознавало противоправный характер своего действия, предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий (прямой умысел) или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично (косвенный умысел).

Из материалов рекламного дела и дела об административном правонарушении следует, что <...> не предприняла достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонилась от обязанности по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям рекламного законодательства.

В связи с чем, обстоятельств, как исключających возможность соблюдения <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии всех зависящих от неё мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Исследовав материалы рекламного дела и дела об административном правонарушении, должностное лицо приходит к выводу о том, что вина <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, является установленной.

Пунктом 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» (далее — Постановление № 10) разъяснено, что при квалификации правонарушения в

качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

По юридической конструкции правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, образует формальный состав. В связи с этим существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий в результате допущенного правонарушения, а в неисполнении <...> своих обязанностей, предусмотренных формальными требованиями Федерального закона «О рекламе», что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 настоящего Постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния (пункт 18.1 Постановления № 10).

Доказательств того, что совершенное <...> правонарушение относится к категории малозначительных и является исключительным случаем, при рассмотрении дела об административном правонарушении представлено не было.

Таким образом, основания для признания совершенного <...> правонарушения в качестве малозначительного отсутствуют.

Наличие обстоятельств, объективно препятствующих <...> надлежащему соблюдению требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», не выявлено.

У <...> отсутствовали препятствия и имелась возможность для соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно – для соблюдения требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Обстоятельств, исключающих вину <...> в совершении данного административного правонарушения, а также обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении при совершении данного административного правонарушения, не установлено.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» установлена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

При таких обстоятельствах <...> признается виновной в совершении административного правонарушения по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

С учетом характера совершенного <...> административного правонарушения, должностное лицо Челябинское УФАС России считает, что основания для признания деяния малозначительным по статье 2.9 КоАП РФ и освобождения от административной ответственности отсутствуют.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается

характер совершенного административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В действиях <...> установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность - добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении предписания об устранении допущенного нарушения (пункт 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ).

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 КоАП РФ, не установлено.

Согласно статье 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Из этого следует, что основополагающим принципом, закрепленным статьей 3.1 КоАП РФ, является применение мер административной ответственности в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Таким образом, положение о возможности замены штрафа на предупреждение за впервые совершенное административное правонарушение может быть применено по статьям 14.3, 14.3.1, 14.38, 19.31 КоАП в случае, если дело об административном правонарушении было возбуждено по итогам проведения контрольного (надзорного) мероприятия с взаимодействием с контролируемым лицом, проверки, в ходе которых было установлено соответствующее нарушение законодательства о рекламе.

В случае, если дело об административном правонарушении, ответственность за совершение которого предусмотрена статьями 14.3, 14.3.1, 14.38, 19.31 КоАП, возбуждено антимонопольным органом без проведения контрольных (надзорных) мероприятий, проверки, часть 1 статьи 4.1.1 КоАП не подлежит применению.

Учитывая изложенное, должностное лицо Челябинского УФАС России считает необходимым назначить <...> наказание в виде административного штрафа в размере 4000 (четыре тысячи) рублей.

Руководствуясь статьями 4.1.2, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ

1. Признать руководителя направления бизнес-маркетинга розничного бизнеса Управления маркетинга розничного бизнеса Дирекции бизнес-маркетинга Департамента маркетинга и коммуникаций АО «Альфа-Банк»<...> виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного **частью 1 статьи 14.3** Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к <...>. административное наказание в виде административного штрафа за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в размере **4 000 (четыре тысяч рублей)**.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа должна быть перечислена в доход федерального бюджета по следующим реквизитам: КБК 16111601141010003140, ОКТМО 75701000 на счет федерального казначейства: УФК по Челябинской области (Челябинское УФАС России), банк получателя: Отделение Челябинск, г. Челябинск, БИК 017501500, номер счета банка получателя средств, корреспондентского счета (банковского счета, входящего в состав единого казначейства счета) 40102810645370000062, р/с 03100643000000016900, ИНН 7453045147, КПП 745301001, **УИН** <...>

При оплате штрафа в платежном документе обязательно указывать **УИН** <...>

В силу части 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

Согласно части 5 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 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 настоящего Кодекса, 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. Кроме того, должностное лицо составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

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 суд общей юрисдикции в течение 10 дней со дня вручения или получения ко