

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### об административном правонарушении

по делу № 021/04/14.3-359/2019

22 июля 2019 г.  
Чебоксары

г.

«...», рассмотрев протокол об административном правонарушении от 17.07.2019, составленный «...» и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении **БАНК ГПБ (АО) (117420, г. Москва, ул. Наметкина, 16, 1, ОГРН: 1027700167110, ИНН: 7744001497, КПП 772801001)**, по признакам совершения административного правонарушения ответственность, за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее также КоАП РФ), в связи с нарушением части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе,

в присутствии представителя лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении – «...»

### УСТАНОВИЛ:

Чувашским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Федерального закона от 03.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) рассмотрено дело по признакам нарушения требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе в отношении БАНК ГПБ (АО).

Основанием для возбуждения дела послужило осуществление  
2 5 . 0 4 . 2 0 1 9  
Чувашским УФАС России контрольного мероприятия по соблюдению требований Закона о рекламе при размещении наружной рекламы в

границах г. Чебоксары.

Проверкой установлено размещение наружной рекламы БАНКА ГПБ (АО) (далее - также банк) на щитовой рекламной конструкции, расположенной по проспекту Никольского г. Чебоксары (остановка ул. Гражданская, 1) с предложением финансовой услуги в предоставлении кредита с процентной ставкой

от 10,8 % годовых (акт фиксации размещения информации от 25.04.2019).

Пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что реклама - это 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. Ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Представленная на наружной конструкции информация является рекламой, поскольку обладает всеми квалифицирующими признаками рекламы.

В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе определено, что 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.

Рассматриваемая реклама является рекламой финансовых услуг.

В связи с чем, на нее распространяются требования, определенные статьей 28 Закона о рекламе.

Частью 3 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость

кредита.

Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 28 постановления от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъясняет, что 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, указания всех существенных условий о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

При этом, в рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. 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.

В рассматриваемом случае, материалы проверки свидетельствовали, что спорная реклама, с привлекательной для потребителя информацией - процентной ставкой от 10,8 % годовых размещена крупным шрифтом, а иные существенные условия получения кредита - способом, затрудняющим восприятие условий, не позволяющим всем категориям потребителей воспринимать данные сведения.

Непривлекательные обременительные коммерческие условия, в том числе, фактическая стоимость кредита, надбавки и расходы заемщика, дополнительные условия или ограничения, размещены в рекламе мелким, труднодоступным шрифтом, который невозможно разобрать одновременно с процентной ставкой от 10,8 % годовых и требует серьезного напряжения зрения, в том числе, в случае оказания в непосредственной близости к рекламному щиту. Кроме того, место размещения рассматриваемой наружной рекламы на щитовой рекламной

конструкции является местом общедоступным для неопределенного круга лиц, потребителей рекламы. Каких - либо ограничений по кругу лиц - потребителей рекламы не установлено.

При этом, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламы и конкретной стороны правоотношений, возникающих по поводу реализации объекта рекламирования.

Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе определения лиц, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В данном случае, указанная рекламная конструкция располагалась непосредственно вдоль проезжей части оживленной дороги, и, таким образом, мелкий шрифт, с существенными условиями финансовой услуги, не мог быть воспринят всеми категориям потребителей надлежащим образом.

Потенциальными потребителями данной рекламы, в основном, являлись водители и пассажиры транспортных средств, которые находились в движении, что дополнительно усложняло прочтение текста, который требует четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения, без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание.

Таким образом, с учетом способа и особенностей размещения рассматриваемой рекламы, а также свойств человеческого зрения, установлено, что все необходимые существенные условия в предоставлении финансовой услуги не воспринимались потребителями в должной мере.

Формальное присутствие в рекламе условий предлагаемой услуги, не позволяющих потребителю воспринимать их ввиду того, что они выполнены мелким нечитаемым шрифтом, не может рассматриваться как наличие этих условий.

Рассматриваемая реклама является ненадлежащей, поскольку содержит положения, нарушающие часть 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (часть 4 статьи 38 Закона).

В силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы Л и ц о . Как следует из материалов дела, и не опровергается БАНКом ГПБ (АО), лицом, определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы является БАНК ГПБ (АО), соответственно данный банк является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодистрибьютерами законодательства Российской Федерации о рекламе образует состав административного правонарушения, предусмотренного 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.

Согласно части 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

БАНК ГПБ (АО) выступило в качестве рекламодателя ненадлежащей рекламы и тем самым совершило административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично.

В соответствии с частью 2 статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без

достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

В силу части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, 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 со статьей 2.9 КоАП РФ об административных правонарушениях при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

При этом оценка малозначительности деяния должна соотноситься с причинением либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству.

Понятие малозначительности административного правонарушения является категорией оценочной и определяется судьей, органом, должностным лицом, уполномоченным решить дело в каждом конкретном случае с учетом выявленных обстоятельств.

В пункте 21 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Совершенное БАНК ГПБ (АО) правонарушение посягает на установленный в Российской Федерации порядок распространения рекламы, создает существенную угрозу охраняемым общественным правоотношениям, следовательно, не может быть признано малозначительным.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

При назначении наказания БАНК ГПБ (АО) учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения, финансовое положение юридического лица.

Обстоятельства, отягчающие, либо смягчающие административную ответственность, отсутствуют.

С учетом установленных обстоятельств, БАНК ГПБ (АО) виновно в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, так как именно данным юридическим лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению требований законодательства о рекламе, при отсутствии к тому чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств.

Определяя степень ответственности БАНК ГПБ (АО), считаю возможным применить меру наказания в пределах низшей санкции, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь статьями 23.48, п.1 ч.1 ст. 29.9, 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать **БАНК ГПБ (АО) (117420, г. Москва, ул. Наметкина, 16, 1, ОГРН: 1027700167110, ИНН: 7744001497, КПП 772801001)** виновным в

совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить **БАНК ГПБ (АО) наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (Сто тысяч) рублей.**

Согласно части 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.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объёме.

Сумму штрафа за нарушение законодательства о рекламе надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Административный штраф за нарушение законодательства о рекламе необходимо перечислить по следующим реквизитам:

Получатель:

ИНН 2128017971,

КПП 213001001 УФК по Чувашской Республике (Чувашское УФАС России)

Банк получателя:

Отделение –НБ Чувашская Республика г.Чебоксары,

БИК 049706001,

р/счет 40101810900000010005,

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140,

ОКТМО 97701000



Наименование платежа: «Денежные взыскания (штраф) за нарушение законодательства о рекламе по делу № 021/04/14.3-359/2019».

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в районный суд в течение 10 дней с момента получения или вручения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

В силу части 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 настоящего Кодекса.

В силу статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный настоящим Кодексом, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

«...»