

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу об административном правонарушении № P-82/2018

8 мая 2018 г. 9 часов 15 минут г. Благовещенск

Я, руководитель Амурского УФАС России <...>, рассмотрев протокол № 47 и материалы дела об административном правонарушении № P-82/2018, возбужденного в отношении юридического лица:

«Азиатско-Тихоокеанский Банк» (публичное акционерное общество), далее – «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО), Банк,

(ИНН/КПП 2801023444/280101001, ОГРН 1022800000079, дата регистрации – 14.02.1992, дата присвоения ОГРН – 22.08.2002, адрес (место нахождения): 675000, Амурская обл., г. Благовещенск, ул. Амурская, дом 225),

в отсутствие представителей Банка, извещенного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела (уведомления о составлении протокола (<...>) – почтовое уведомление о вручении № <...> (вручено 18.04.2018), вх. <...> от 25.04.2018 Банка; протокол № 47 об административном правонарушении от 03.05.2018 (исх. <...>), вх. <...> от 04.05.2018 Банка).

УСТАНОВИЛ:

Из материалов дела следует, что «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (публичное акционерное общество) зарегистрировано 14.02.1992 Центральным банком Российской Федерации, 22.08.2002 Банку присвоен основной государственный регистрационный номер <...>, о чем в Единый государственный реестр юридических лиц внесена соответствующая запись, ИНН/КПП 2801023444/280101001, адрес (места нахождения): 675000, Амурская обл., г. Благовещенск, ул. Амурская, дом 225.

31.08.2017 в 11:38 часов на мобильный телефон с номером <...>, выделенный физическому лицу – <...> (далее – Заявитель) на основании договора на оказание услуг связи № <...> от 14.07.2014, заключенного с Публичным акционерным обществом «МегаФон», далее – ПАО «МегаФон», Оператор связи (письмо Оператора связи, вх. № <...> от 18.10.2017), поступило СМС-сообщение рекламного характера с номера, имеющего буквенный идентификатор «АТВ» с текстом следующего содержания: «Выгодный кредит от 15% годовых, решение за 5 мин 88007557007 АТВ (ПАО)».

29.09.2017 в Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области (далее – Амурское УФАС России, Управление) от Заявителя поступила жалоба (вх. № <...> от 29.09.2017) на действия лица, распространившего данную рекламную информацию посредством СМС-сообщения без получения предварительного согласия абонента.

Определением от 25.10.2017 в отношении Банка возбуждено дело № P-18/40 2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований части 1 статьи 18, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Закон «О рекламе»).

В ходе рассмотрения дела № P-18/40 2017, распространенная информация квалифицирована Комиссией Амурского УФАС России в качестве рекламы. Исследовав текст вышеназванного СМС-сообщения и способ его распространения, Комиссия Управления пришла к выводу о несоответствии рекламы требованиям части 1 статьи 18, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Закона «О рекламе». Комиссией Амурского УФАС России установлено, что реклама распространена по сетям электросвязи (путем направления СМС-сообщения) без предварительного согласия абонента на получение рекламы, является рекламой финансовых услуг, связанных с предоставлением кредита, в которой указано только одно условие кредитования, без указания всех остальных условий, определяющих полную стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее. Банк признан рекламодателем и рекламораспространителем данной рекламы.

Решением по делу № P-18/40 2017 от 29.11.2017 распространенная Банком реклама признана Комиссией Управления ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования, установленные частью 1 статьи 18, частью 3 статьи 28, частью 7 статьи 5 Закона «О рекламе». Банку выдано Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 30.11.2017, которое исполнено «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) 14.12.2017 (вх. № <...>).

В соответствии с частью 1 статьи 37 Закона «О рекламе» решение, предписание антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания. Поименованные Решение и Предписание Амурского УФАС России получены Банком – 04.12.2017, в судебном порядке не обжаловались, вступили в законную силу.

В силу третьего пункта вышеназванного Решения, материалы дела переданы уполномоченному должностному лицу Амурского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Указанные материалы и данные дела № P-18/40 2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе являлись достаточными для возбуждения дела об административном правонарушении.

03.05.2018 должностным лицом Амурского УФАС России в отношении Банка возбуждено дело об административном правонарушении № P-82/2018 по признакам административных правонарушений, предусмотренных частями 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ, путем составления протокола № 47 об административном правонарушении. Банк не обеспечил явку своих представителей на составление указанного протокола об административном правонарушении, о времени и месте составления протокола извещен в установленном порядке (уведомления о составлении протокола (исх. №№ <...> от 13.04.2018, <...> от 25.04.2018) – почтовое уведомление о вручении № <...> (вручено 18.04.2018), вх. № <...> от 25.04.2018 Банка). В соответствии с частью 4.1 статьи 28.2 КоАП РФ, данный протокол об

административном правонарушении составлен в отсутствие представителей Банка. Копия протокола вручена Банку 04.05.2018 (вх. № <...>).

Должностное лицо Амурского УФАС России, составившее вышеназванный протокол об административных правонарушениях, имело право на его составление в силу нормоположений частей 1 и 4 статьи 28.3, части 1 статьи 23.48 КоАП РФ, пункта 1 приказа ФАС России от 19.11.2004 № 180 (ред. от 03.11.2015) «О перечне должностных лиц территориальных органов Федеральной антимонопольной службы (ФАС России), уполномоченных составлять протокол об административном правонарушении» (далее –

Приказ ФАС России от 19.11.2004 № 180).

В силу части 1 и пункта 3 части 2 статьи 23.48 КоАП РФ, руководитель Амурского УФАС России, от имени территориального органа ФАС России, вправе рассматривать дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ.

Банк не обеспечил явку своих представителей для участия в рассмотрении дела № P-82/2018, о времени и месте рассмотрения дела извещен в установленном порядке (вышепоименованные уведомления о составлении протокола, протокол № 47 об административном правонарушении от 03.05.2018, исх. № <...> от 03.05.2018). Дело рассматривается в отсутствие представителей Банка в соответствии с пунктом 4 части 1 статьи 29.7 КоАП РФ.

Письменных пояснений, заявлений и ходатайств, в том числе об отложении рассмотрения дела, от Банка не поступало.

В ходе рассмотрения настоящего дела, изучив и исследовав вышеназванный протокол об административном правонарушении и иные доказательства, в том числе материалы дела № P-18/40 2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, установлено следующее.

В силу части 1 статьи 14.3 КоАП РФ установлена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе в виде штрафа, налагаемого на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей. Согласно части 6 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за распространение кредитной организацией рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержащей хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, без указания всех остальных условий, определяющих полную стоимость кредита (займа) для заемщика и влияющих на нее, в виде административного штрафа на юридических лиц в размере от трехсот тысяч до восьмисот тысяч рублей.

Объектом посягательства выступают общественные отношения в области производства и распространения рекламы.

Объективная сторона характеризуется совершением действий, направленных на нарушение положений законодательства Российской Федерации о рекламе.

Статьей 1 Закона «О рекламе» установлено, что целями настоящего Закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на

получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В силу пунктов 1-5, 7 и 8 статьи 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, формирование или поддержание 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;

товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

ненадлежащей рекламой - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

31.08.2017 в 11:38 часов на мобильный телефон с номером <...>, выделенный Заявителю (договор на оказание услуг связи № <...> от 14.07.2014 с ПАО «МегаФон»), поступило СМС-сообщение рекламного характера с номера, имеющего буквенный идентификатор «АТВ» с текстом следующего содержания: «Выгодный кредит от 15% годовых, решение за 5 мин 88007557007 АТВ (ПАО)».

Амурским УФАС России установлено, что содержание вышеназванного СМС-сообщения отвечает законодательному определению «реклама», приведенному в пунктах 1-3 статьи 3 Закона «О рекламе». Исходя из текста данного СМС-сообщения очевидно, что информация у потребителя ассоциируется с определенным товаром (услугой), способом ее распространения, эта информация является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к услугам, оказываемым Банком, формированию и поддержанию интереса к указанным услугам, способствуя их продвижению на рынке.

Объектом рекламирования в данном случае являются услуги Банка, связанные с предоставлением кредита («Выгодный кредит от 15% годовых, решение за 5 мин 88007557007 АТВ (ПАО)»).

В силу пункта 4 статьи 3 Закона «О рекламе» вышеуказанная реклама признана ненадлежащей, поскольку не соответствует требованиям части 1 статьи 18, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

Части 6 и 7 статьи 38 Закона «О рекламе» предусматривают, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных [частями 2 - 8](#) статьи 5, [статьи 28](#) поименованного Закона, а рекламораспространитель – статьи 18 Закона «О рекламе».

Материалами дела подтверждено, что рекламодателем и рекламораспространителем данной рекламы, в соответствии с пунктами 5 и 7

статьи 3 Закона «О рекламе», является Банк, оказывающий соответствующие финансовые услуги, определивший объект рекламирования и окончательное содержание рекламы, а также осуществивший её распространение путем направления Заявителю вышеназванного СМС-сообщения.

В частности, в ходе рассмотрения дела № P-18/40 2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено, что вышеназванное СМС-сообщение на абонентский номер <...> направлялось Банком от имени отправителя «АТВ», принадлежащего Банку на основании договоров с ООО «СМС трафик» №№ <...> от 30.05.2017, <...> от 21.06.2016 (договор № <...> от 01.07.2016 между ООО «СМС Трафик» и АО «МегаЛабс», договор № <...> от 01.01.2017 между АО «МегаЛабс» и Оператором связи). Именно Банк инициировал рассылку данного СМС-сообщения (письма Оператора связи (вх. №№ <...> от 18.10.2017 и <...> от 25.10.2017), Банка (вх. №№ <...> от 19.10.2017 и <...> от 20.10.2017, <...> от 13.11.2017), АО «МегаЛабс» (вх. №№ <...> от 09.11.2017 и <...> от 13.11.2017) и ООО «СМС Трафик» (вх. № <...> от 09.11.2017)).

Так, «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО), в письменных пояснениях (вх. №№ <...> от 19.10.2017 и <...> от 20.10.2017, <...> от 13.11.2017) сообщил, что в период с 28.08.2017 по 31.08.2017 в рамках проводимой рекламной кампании, с использованием личного кабинета, предоставленного Банку на основании договора с ООО «СМС Трафик» (об оказании услуг распространения мобильной рекламы № <...> от 30.05.2017), с идентификационного буквенного номера «АТВ», путем СМС-рассылки, клиентам Банка направлялись СМС-сообщения с текстом: «Выгодный кредит от 15% годовых, решение за 5 мин 88007557007 АТБ (ПАО)». В частности, 31.08.2017 на абонентский номер Заявителя <...> отправлено СМС-сообщение с вышепоименованным текстом. СМС-рассылка осуществлялась от имени Банка на основании вышеназванного договора от 30.05.2017. Заявитель указал свой номер телефона, совершая валютно-обменную операцию, согласие на получение СМС-рассылок с ним не оформлялось, при этом номер телефона включен в перечень рекламной рассылки ошибочно. Иных способов взаимодействия с клиентами, помимо направления им СМС-сообщений, в рамках проводимой рекламной кампании, Банком не применялось.

Следовательно, Банк подтвердил, что является рекламодателем и рекламораспространителем указанной рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Закона «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Статья 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон «О связи») устанавливает порядок осуществления рассылки по сети подвижной радиотелефонной связи. Соответственно, при осуществлении рассылок по сетям электросвязи сообщений рекламного характера с «коротких» и «буквенных» номеров, а также автоматических рассылок должны соблюдаться требования

статьи 44.1 Закона «О связи». В соответствии с частью 1 данной статьи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также – рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено. Согласно вышеприведенной норме, согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было однозначно идентифицировать такого абонента (простое заполнение бланка/формы, не позволяющее однозначно установить и подтвердить, кто именно заполнил такую форму, не является соблюдением указанного требования).

В силу части 3 статьи 44.1 Закона «О связи» рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи, осуществляемая с нарушением требований Закона «О связи», является незаконной.

Пункт 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе"» (далее – Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58) гласит: «...необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. Однако [Закон](#) «О рекламе» не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя...».

Таким образом, согласие абонента на получение рекламы должно, во-первых, относиться к конкретному лицу, распространяющему рекламу, во-вторых, должно быть выражено явно.

Доказательств получения предварительного согласия конкретного абонента, а именно Заявителя, на получение рекламы услуг «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО), в ходе рассмотрения дела № Р-18/40 2017, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», Банком не представлено.

Так, в ходе рассмотрения вышеназванного дела № Р-18/40 2017 Амурским УФАС России установлено, что абонентский номер <...> выделен Заявителю, что подтверждается договором на оказание услуг связи № <...> от 14.07.2014, заключенным с ПАО «МегаФон» (письменные пояснения Оператора связи – вх. №№ <...> от 18.10.2017 и <...> от 25.10.2017). Отправка вышеуказанного СМС-сообщения на мобильный номер <...>, по мнению Оператора связи, осуществлена АО «МегаЛабс» на основании договора № <...> от 01.01.2017. Оператор связи оказывает услуги связи и не является рекламодателем рассматриваемого СМС-сообщения.

Из письменных объяснений АО «МегаЛабс», далее – Общество (вх. №№ <...> от 09.11.2017 и <...> от 13.11.2017), а также копий документов, следует, что, по мнению Общества, рассматриваемая рекламная рассылка осуществлялась ООО «СМС Трафик» (по договору № <...> от 01.07.2016, далее - Договор), по которому Общество оказывает услуги по предоставлению доступа к интерфейсу размещения рекламно-информационных материалов Клиента ООО «СМС Трафик». Согласно условиям Договора, ООО «СМС Трафик» обязуется получать согласие абонентов, среди которых предполагается осуществить распространение рекламно-информационных материалов и использовать при формировании информационного или рекламного сообщения абонентские номера только тех абонентов, у которых такое согласие было получено (п. 4.8. Договора). В рамках Договора Клиент ООО «СМС Трафик» самостоятельно определяет желаемое имя отправителя, текст предполагаемого к отправке текстового сообщения, и осуществляет выбор абонента-получателя в электронной форме с помощью имеющегося у него программного интерфейса. Общество не осуществляет непосредственного направления абоненту короткого текстового сообщения, а лишь предоставляет доступ к интерфейсу направления рекламно-информационных материалов. Данные действия осуществляет Клиент ООО «СМС Трафик». В рамках заключенного договора № <...> от 01.01.2017 Оператор связи оказывает Обществу услуги по рассылке СМС-сообщений, сформированных Клиентом ООО «СМС Трафик», указанным Клиентом ООО «СМС Трафик» в интерфейсе абонентам Оператора связи. Никакого отдельного дополнительного оборудования Общества в данном процессе не задействовано. То есть, технически Общество не имеет доступа к сети электросвязи и не участвует в процессе формирования и направления рекламных сообщения. Таким образом, Общество не может быть признано рекламодателем по сетям электросвязи в смысле статьи 18 Закона «О рекламе». В связи с тем, что Общество не является субъектом указанной нормы, оно не обязано получать согласие абонента, при этом в договоре с ООО «СМС Трафик» такая обязанность установлена именно в отношении ООО «СМС Трафик», как лица, непосредственно либо с привлечением третьих лиц, формирующих текст рекламного сообщения. Согласно Договору Общество предоставляет доступ к интерфейсу размещения рекламно-информационных материалов и не имеет технологической возможности осуществлять премодерацию (в том числе предварительное получение согласий абонентов) от своих контрагентов, поскольку текст сообщения и выбор адресата производится самостоятельно на стороне партнера (п. 7.11 Договора). В связи с этим обязанность по получению согласия абонента возлагается по договору на ООО «СМС Трафик». Статьей 18 Закона «О рекламе» установлены требования по отношению к рекламодателю, осуществляющему распространение рекламы посредством сетей электросвязи, то есть для целей рассылки СМС-сообщений рекламного характера по сетям подвижной связи такой рекламодатель должен обладать технологическим доступом к сети электросвязи. Рассматриваемая рассылка была инициирована ООО «СМС Трафик», сформировавшим текст СМС-сообщения и выбравшим в качестве получателя указанного абонента, то есть осуществившим волевые действия по рассылке сообщения по сетям электросвязи. Таким образом, по мнению Общества, рекламодателем по сетям электросвязи в рамках данной схемы правоотношений является ООО «СМС Трафик», чьи целенаправленные действия повлекли направление СМС-сообщения и его получение абонентом. Клиентская база получателей СМС-сообщений формируется ООО «СМС Трафик». Согласно приведенным выше договорам рекламодателем (лицом,

сформировавшим рассматриваемое сообщение и заказавшим рекламную рассылку) указанной рекламы является ООО «СМС Трафик» и (или) его контрагенты (клиенты). ООО «СМС Трафик» предоставило пояснения от Банка, которое прилагается к настоящему объяснению. Текст сообщения был самостоятельно сформирован Банком. Идентификатор «АТВ» не является абонентским номером, а является именем отправителя, которое Клиент ООО «СМС Трафик» самостоятельно указывает при формировании текста сообщения. На основании изложенного, нарушений части 1 статьи 18 Закона «О рекламе» в действиях АО «МегаЛабс» не имеется.

- письменных пояснений ООО «СМС Трафик» (вх. № <...> от 09.11.2017) следует, что на абонентский номер <...> было направлено СМС-сообщение (31.08.2017 в 11 часов 38 минут). Инициатором рассылки данного СМС-сообщения является Банк. В соответствии с договором № <...> от 21.06.2016 (далее - Договор), заключенным ООО «СМС Трафик» (Исполнитель) с Банком (Заказчик), Исполнитель по заданию Заказчика оказывает последнему услуги доступа к Системе, обеспечивающей обработку, отправку сообщений и организацию их взаимодействия между Заказчиком и Абонентом. Под Системой в силу Договора понимается принадлежащий Исполнителю комплекс оборудования и программного обеспечения, который позволяет обрабатывать сообщения. Согласно пункту 3.2.2 Договора, обязанностью Банка (Заказчик) является получить от Абонента, на телефон которого планируется отправка сообщений с информацией Банка (Заказчик), письменное согласие на получение таких СМС-сообщений. В соответствии с пунктом 5.3 Договора ответственность за содержание исходящих от Банка (Заказчик) сообщений несет Банк (Заказчик). В рамках настоящего договора ООО «СМС Трафик» (Исполнитель) обеспечивает пропуск через свою Систему сообщений в их неизменном содержании и объеме, без какого-либо толкования, редактирования или цензурирования; в связи с этим ответственность за включение в сообщения сведений и данных, противоречащих действующему законодательству, возлагается на Банк (Заказчика). В соответствии со статьей 2 Закона «О связи» услуга связи - деятельность по приему, обработке, хранению, передаче, доставке сообщений электросвязи или почтовых отправлений. В соответствии с пунктом 2 Письма ФАС России от 28.04.2011 № АК/16266 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» ФАС России обращает внимание на то, что поставщик услуг связи (телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи), который только обеспечил подключение к сети электросвязи и не осуществляет непосредственно распространение рекламы, рекламораспространителем не является. Учитывая данные обстоятельства, ООО «СМС Трафик», в любом случае, должно было руководствоваться общими положениями статьи 63 Закона «О связи» и обязано обеспечить соблюдение тайны связи. Следовательно, оператор связи не вправе производить прочтение/систематизацию/квалификацию/модерацию и тому подобное, передаваемых СМС-сообщений, ввиду того, что он не является ни отправителем, ни получателем таких сообщений. Нарушение требований законодательства в части несоблюдения тайны связи влечет для оператора риски в виде привлечения к административной ответственности, а также риски привлечения к уголовной ответственности. В письме от 24 апреля 2014 г. (исх. № ДА-П12-7436) Министерство связи и массовых коммуникаций

Российской Федерации указало, что в соответствии с Законом «О связи», действующим на момент передачи рассматриваемого СМС-сообщения, операторы связи обязаны соблюдать тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых отправлений, телеграфных и иных сообщений, передаваемых по сетям электросвязи и сетям почтовой связи. Просмотр почтовых отправлений лицами, не являющимися уполномоченными работниками оператора связи, ознакомление с информацией, передаваемой по сетям электросвязи, осуществляется только на основании решения суда, за исключением случаев, установленных федеральными законами. Согласно статье 44.1 Закона «О связи» рассылка может осуществляться как по инициативе заказчика рассылки, так и по инициативе оператора связи. То есть законодатель изначально разделил субъектов рассылки, прямо указав, что не только оператор связи может осуществлять таковую, но и иные лица. При этом в этой же статье указывается, что согласие на получение рассылки, в том числе рекламного характера, должно получить то лицо, по чьей инициативе произошла рассылка. В данном случае, в дополнение к общей норме Закона «О рекламе», регламентирующей порядок распространения рекламы по сетям электросвязи, появляется специальная норма в Законе «О связи», которая регламентирует не только порядок осуществления рассылок, в том числе рекламного характера, по сети электросвязи, но и порядок определения лица, которое является рекламораспространителем. Таким лицом, рекламораспространителем является инициатор рассылки. В тоже время, при системном толковании письма ФАС России и положений статьи 44.1 Закона «О связи», следует, что оператор связи, в данном случае ООО «СМС Трафик», не осуществляло рассылку рекламных сообщений, а, как правильно указано в Письме ФАС России от 27.04.2011, только обеспечило подключение к сети электросвязи.

Из анализа вышеприведенных норм Закона «О рекламе» и Закона «О связи» следует, что заказчик рассылки СМС-сообщений должен принять меры по однозначной идентификации именно абонента (а не лица, указавшего телефонный номер при заполнении документов, дающих согласие на направление рекламных и информационных материалов), а также получить предварительное согласие абонента на направление ему рекламной информации посредством использования сетей электросвязи, то есть получить согласие непосредственно перед направлением конкретного сообщения рекламного характера определенному абоненту.

В силу статьи 44.1 Закона «О связи» обязанность по идентификации абонента перед направлением ему СМС-сообщений, в том числе рекламного характера, возложена на заказчика рассылки в случае, если рассылка осуществлялась по его инициативе.

Управлением подтверждено, что вышеназванный абонентский номер на момент рассылки СМС-сообщения иным лицам не принадлежал. В нарушение требований части 1 статьи 18 Закона «О рекламе» предварительное письменное согласие (заявление) абонента на получение рекламных СМС-сообщений по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, подвижной радиотелефонной связи, Банком не получено. Еще до момента рассылки рекламного СМС-сообщения, Банк должен был убедиться в реальной принадлежности номера определенному лицу, от которого у Банка имеется

предварительное согласие на получение рекламы, однако не сделал этого.

Документов, материалов, указывающих, что Банком приняты все достаточные меры по соблюдению требований статьи 44.1 Закона «О связи», части 1 статьи 18 Закона «О рекламе» при направлении рекламного СМС-сообщения на номер абонента <...>, выделенного Заявителю, не предоставлено.

Следовательно, материалами дела доказано, что данная реклама противоречит требованиям части 1 статьи 18 Закона «О рекламе» и, в силу пункта 4 статьи 3 Закона «О рекламе», является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение требований части 1 статьи 18 Закона «О рекламе» несет рекламодатель (часть 7 статьи 38 Закона «О рекламе»), которым, в соответствии с пунктом 7 статьи 3 названного Закона, является «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО).

В силу части 7 статьи 5 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.

Согласно части 3 статьи 28 Закона «О рекламе» 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 (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее. Статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее – Закон «О потребительском кредите (займе)») к условиям, определяющим полную стоимость кредита, отнесены: сумма потребительского кредита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа); проценты по договору потребительского кредита (займа); платежи заемщика в пользу кредитора, если обязанность заемщика по таким платежам следует из условий договора потребительского кредита (займа) и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от совершения таких платежей; плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа); платежи в пользу третьих лиц, если обязанность заемщика по уплате таких платежей следует из условий договора потребительского кредита (займа), в котором определены такие третьи лица, и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от заключения договора с третьим лицом; сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо, признаваемое его близким родственником; сумма страховой премии по договору добровольного страхования в случае, если в зависимости от заключения заемщиком договора добровольного страхования кредитором предлагаются разные условия договора потребительского кредита (займа), в том числе в части срока возврата потребительского кредита (займа) и (или) полной стоимости кредита (займа) в части процентной ставки и иных платежей.

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 25 Постановления от 08.10.2012 № 58, к условиям, влияющим на стоимость

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

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 ([часть 7 статьи 5](#) Закона «О рекламе»). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями – пункт 28 вышеназванного Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58.

Материалами дела подтверждается, что Банк осуществляет финансовую деятельность по предоставлению потребительских кредитов.

Из текста распространенной Банком 31.08.2017 рекламы следует, что единственным условием для получения потребительского кредита (займа) является – 15% годовых.

Банком представлены письменные пояснения (вх. №№ <...> от 19.10.2017 и <...> от 20.10.2017, <...> от 13.11.2017), в соответствии с которыми согласование содержания текста СМС-сообщения: «Выгодный кредит от 15% годовых, решение за 5 мин 88007557007 АТБ (ПАО)» в Банке не осуществлялось. Данный текст разработан и запущен в работу департаментом маркетинга и рекламы Банка, ответственным за коммуникацию с клиентами. Целью направления указанного сообщения клиентам Банка было их информирование о запуске нового продукта в Банке. Процентная ставка, названная в смс-сообщении – 15% годовых, была указана по той причине, что это основное отличие нового продукта от остальных кредитных продуктов Банка. К условиям, определяющим полную стоимость кредита «Просто 15» в соответствии со статьей 6 Закона «О потребительском кредите (займе)» относятся: процентная ставка – 15 (пятнадцать) процентов годовых, дата выдачи кредита и срок кредита – 6 (шесть) и 12 (двенадцать) месяцев.

То есть, Банком в вышеназванной рекламе не указаны все условия, определяющие расходы заемщика по кредитному договору и влияющие на них, в частности, о сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, о дополнительных расходах заемщика, связанных с ежемесячным обслуживанием карты и т.п.

Так как указание в вышеназванной рекламе условий предоставления кредита направлено на формирование у потенциального заемщика желания воспользоваться финансовой услугой – кредитованием, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация,

способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о кредите приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым кредитом.

Следовательно, материалами дела доказано, что данная реклама противоречит требованиям части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» и, в силу пункта 4 статьи 3 названного Закона, является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение требований части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» несет рекламодатель (часть 6 статьи 38 поименованного Закона), которым, в соответствии с пунктом 5 статьи 3 названного Закона, является «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО).

То есть, рекламодателем и рекламораспространителем указанной рекламы, в соответствии с пунктами 5 и 7 статьи 3 Закона «О рекламе», является Банк, оказывающий соответствующие финансовые услуги, определивший объект рекламирования и окончательное содержание рекламы, в интересах которого непосредственно распространялась данная реклама, а также осуществил её распространение путем направления Заявителю СМС-сообщения.

В ходе рассмотрения настоящего дела, по совокупности документов установлено и подтверждено, что именно по вине рекламодателя и рекламораспространителя – «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО), произошло распространение на территории Амурской области вышеуказанной ненадлежащей рекламы, не соответствующей требованиям части 1 статьи 18, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

Банк, являясь рекламодателем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы, имел возможность:

получить предварительное согласие абонента <...> на распространение рекламы путем направления СМС-сообщения посредством использования сетей электросвязи, либо проверить принадлежность номера клиенту Банка, что не повлекло бы нарушение требований части 1 статьи 18 Закона «О рекламе»;

не распространять рекламу финансовых услуг, связанных с предоставлением кредита без указания всех условий, определяющей полную стоимость кредита, тем самым не вводить потребителей рекламы в заблуждение и, следовательно, исключило бы нарушение требований части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Закона «О рекламе», однако не предпринял для этого соответствующих мер.

В силу части 4 статьи 38 Закона «О рекламе»: нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

административная ответственность.

Согласно части 1 статьи 2.10 КоАП РФ юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями [раздела II](#) КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Статьей 14.3 КоАП РФ установлена административная ответственность юридических лиц за нарушение законодательства о рекламе.

В силу 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.

Доказательств невозможности исполнения Банком законодательства в сфере рекламы в силу чрезвычайных событий и обстоятельств, которые Банк не мог предвидеть и предотвратить при соблюдении обычной степени осмотрительности, в материалах настоящего дела, а также дела № P-18/40 2017, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, не имеется. Какие-либо иные обстоятельства, исключаяющие вину Банка, в ходе рассмотрения дела № P-82/2018, не установлены.

Таким образом, в действиях юридического лица «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) содержатся события административных правонарушений, ответственность за которые предусмотрена частями 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ.

Указанные материалы и данные, в том числе материалы дела № P-18/40 2017, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, являются достаточными и у должностного лица Амурского УФАС России имелись законные основания для возбуждения в отношении Банка дела об административном правонарушении по признакам нарушения требований частей 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ.

На основании частей 1 и 4 статьи 28.3, части 1 и пункта 3 части 2 статьи 23.48 КоАП РФ, пункта 1 Приказа ФАС России от 19.11.2004 № 180, должностные лица антимонопольного органа наделены полномочиями по составлению протоколов об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ и вынесению постановлений за совершение административных правонарушений по данной статье КоАП РФ.

В ходе рассмотрения данного дела подтверждено, что в деянии Банка содержатся события вменяемых ему административных правонарушений, ответственность за которые предусмотрена частями 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ, а именно:

по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ - в части распространения рекламы по электронным сетям связи без предварительного согласия абонента;

по части 6 статьи 14.3 КоАП РФ, как по специальной норме, предусматривающей

ответственность за нарушение требований к рекламированию кредитных услуг.

Составление протокола об административном правонарушении первоначально было назначено на 26.04.2018 в 10 часов 00 минут уведомлением о составлении протокола (исх. № <...> от 13.04.2018, вручено Банку 18.04.2018 – почтовое отправление о вручение № <...>); перенесено на 03.05.2018 в 15 часов 00 минут уведомлением о составлении протокола (уточненным), исх. № <...> от 25.04.2018, вручено Банку 25.04.2018 (вх. № <...>).

Для дачи объяснений по фактам административных правонарушений, а также для подписания протокола об административном правонарушении в назначенную дату не явились законные представители (защитники) «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО), извещенного в установленном [порядке](#) о времени и месте составления протокола об административном правонарушении. Протокол составлен в отсутствие законных представителей (защитников) «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) согласно части 4.1 статьи 28.2 КоАП РФ. Протокол соответствует требованиям статьи 28.2 КоАП РФ. Копия протокола об административном правонарушении № 47 вручена Банку 04.05.2018 (вх. № <...>).

Время совершения юридическим лицом «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) административного правонарушения: дата установления факта распространения ненадлежащей рекламы – 31.08.2017.

Место совершения юридическим лицом «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) административного правонарушения: является адрес (место нахождения) Банка – 675000, Амурская обл., г. Благовещенск, ул. Амурская, дом 225.

Объектом посягательства выступают общественные отношения в области производства и распространения рекламы.

Объективная сторона административного правонарушения характеризуется совершением действий, направленных на нарушение положений законодательства Российской Федерации о рекламе и выразилась в распространение Банком ненадлежащей рекламы по сетям электросвязи без предварительного согласия абонента, а именно, рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита, без указаний всех условий, определяющих полную стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

Должностным лицом Амурского УФАС России в отношении юридического лица «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО), с учетом наличия идеальной совокупности нарушений, составлен один протокол об административном правонарушении по частями 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ, в силу требований части 2 статьи 4.4 КоАП РФ, гласящей, что при совершении лицом одного действия (бездействия), содержащего состава административных правонарушений, ответственность за которые предусмотрена двумя и более статьями (частями статей) КоАП РФ и рассмотрение дел о которых подведомственно одному и тому же судье, органу, должностному лицу, административное наказание назначается в пределах санкции, предусматривающей назначение лицу, совершившему указанное действие (бездействие), более строгого административного наказания.

На основании изложенного, в действиях юридического лица «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) установлены события административных

правонарушений, ответственность за которые предусмотрена частями 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ, а также виновность Банка в совершении данных административных правонарушений.

Факт совершения юридическим лицом «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) вышепоименованных административных правонарушений и виновность Банка подтверждаются протоколом № 47 об административном правонарушении от 03.05.2018, а также другими материалами дела, в том числе дела № № P-18/40 2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно части 1 статьи 4.5 КоАП РФ срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе составляет один год со дня совершения административного правонарушения. В данном случае срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 31.08.2017 (дата установления факта распространения ненадлежащей рекламы) и на момент вынесения настоящего постановления не истек.

Составы административных правонарушений, предусмотренных частями 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ, по конструкции являются формальными и не требуют наступления конкретных негативных последствий. Существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в пренебрежительном отношении Банка к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к формальным требованиям публичного права. Банком допущены существенные нарушения законодательства о рекламе, что повлекло реальное нарушение прав Заявителя.

Оснований для применения в рассматриваемом деле положений о малозначительности (статья 2.9 КоАП РФ) – не установлено.

В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ 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.

В соответствии с пунктом 21 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» 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. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, характеризующими малозначительность правонарушения. Они в силу частей 2 и 3 статьи 4.1 КоАП РФ учитываются при назначении административного наказания.

Согласно пунктам 18, 18.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О

некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» (далее – Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10) 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. 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. При этом применение судом положений о малозначительности должно быть мотивировано.

Рассматриваемые административные правонарушения, ответственность за которые предусмотрена частями 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ, не могут считаться малозначительными. По своему характеру нарушения имеют значительную степень общественной опасности.

О существенной общественной опасности нарушений свидетельствуют и значительные санкции, предусмотренные КоАП РФ за данные нарушения, подтверждающие, что законодателем данные нарушения отнесены к категории значительных.

В силу части 3 статьи 4.1 КоАП РФ 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.

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ обстоятельством, смягчающим административную ответственность юридического лица «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) признается: добровольное исполнение предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Пункт 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ гласит, что обстоятельствами, отягчающими административную ответственность, признаются: повторное совершение однородного административного правонарушения, то есть совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию в соответствии со [статьей 4.6](#) КоАП РФ за совершение однородного административного правонарушения.

Согласно статьи 4.6 КоАП РФ: лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

Однородными считаются правонарушения, ответственность за совершение которых предусмотрена одной статьей Особенной [части](#) КоАП РФ (пункт 19.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

«Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) ранее привлекалось к административной ответственности за совершение однородного правонарушения по части 6 статьи

14.3 КоАП РФ, так, постановлением о назначении административного по делу об административном правонарушении № P-186/2016, вынесенным должностным лицом Амурского УФАС России 21.10.2016, Банк признан виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 6 статьи 14.3 КоАП РФ и ему назначено наказание в виде административного штрафа в размере 300 000 (триста тысяч) рублей 00 копеек. Решением Арбитражного суда Амурской области от 09.03.2017 по делу № А04-10029/2016 вышеназванное постановление по делу об административном правонарушении № P-186/2016 изменено, снижен размер штрафа до 200 000 (двухсот тысяч) рублей. 17.03.2017 Банком оплачен штраф в размере 200 000 рублей (платежное поручение № <...>).

То есть, по состоянию на 31.08.2017, «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) считалось подвергнутым административному наказанию по части 6 статьи 14.3 КоАП РФ за совершение однородного административного правонарушения.

Следовательно, в силу пункта 2 части 1 статьи 4.3 и статьи 4.6 КоАП РФ обстоятельством, отягчающим административную ответственность юридического лица «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) признается: повторное совершение Банком однородного административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию за совершение однородного административного правонарушения.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, а также его соразмерности и справедливости, прихожу к следующему выводу.

«Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) за совершение административных правонарушений, ответственность за которые предусмотрена частями 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ, с учетом требований части 2 статьи 4.4 КоАП РФ, необходимо назначить административное наказание в пределах санкции, предусматривающей назначение лицу, совершившему противоправные виновные действия, более строгого административного наказания, то есть по части 6 статьи 14.3 КоАП РФ.

Санкция по части 6 статьи 14.3 КоАП РФ предусматривает наложение штрафа на юридических лиц в размере от трехсот до восьмисот тысяч рублей.

Вместе с тем, в силу части 3.2 статьи 4.1 КоАП РФ при наличии исключительных обстоятельств, связанных с характером совершенного административного правонарушения и его последствиями, имущественным и финансовым положением привлекаемого к административной ответственности юридического лица, судья, орган, должностное лицо, рассматривающие дела об административных правонарушениях либо жалобы, протесты на постановления и (или) решения по делам об административных правонарушениях, могут назначить наказание в виде административного штрафа в размере менее минимального размера административного штрафа, предусмотренного соответствующей статьей или частью статьи раздела II настоящего Кодекса, в случае, если минимальный размер административного штрафа для юридических лиц составляет не менее ста тысяч рублей.

Согласно пункту 3.3. статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания в соответствии с частью 3.2 настоящей статьи размер

административного штрафа не может составлять менее половины минимального размера административного штрафа, предусмотренного для юридических лиц соответствующей статьей или частью статьи [раздела II](#) настоящего Кодекса

В качестве исключительных обстоятельств, влияющих на размер наказания, принимается следующая совокупность смягчающих ответственность обстоятельств: добровольное исполнение предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, отсутствие умысла на совершение нарушения и негативных последствий совершенных правонарушений. С целью необоснованного подавления экономической инициативы хозяйствующего субъекта и избыточного ограничения прав юридического лица, принимая во внимание соблюдение баланса частных и публичных интересов, учитывая характер совершенных административных правонарушений, имущественное и финансовое положение юридического лица (так, на официальном сайте Центрального банка Российской Федерации в разделе «Информация по кредитным организациям» в подразделе «Справочник по кредитным организациям» размещен отчет о финансовых результатах за первый квартал 2018 года «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО), в котором отражен совокупный финансовый результат в виде убытка в размере <...> тыс. руб.), наличие как смягчающих, так и отягчающих административную ответственность обстоятельств, полагаю необходимым снизить размер штрафа ниже низшего предела до границ, определенных пунктом 3.3 статьи 4.1 КоАП РФ.

Основания для замены наказания на предупреждение по правилам статьи 4.1.1 КоАП РФ отсутствуют, поскольку Банк субъектом малого (среднего) предпринимательства не является, повторно совершил однородное административное правонарушение.

Установленные по делу обстоятельства свидетельствуют о том, что «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) имело возможность избежать нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако им не была соблюдена та степень заботливости и осмотрительности, какая требовалась от него в целях надлежащего исполнения своих обязанностей как рекламодателя и рекламораспространителя и соблюдения требований вышеуказанных нормоположений.

Факты совершения Банком административных правонарушений, выразившихся в распространении ненадлежащей рекламы, вина Банка доказаны и подтверждаются материалами дела.

Согласно пункту 2 статьи 4.4 КоАП РФ при совершении лицом одного действия (бездействия), содержащего составы административных правонарушений, ответственность за которые предусмотрена двумя и более статьями (частями статей) настоящего Кодекса и рассмотрение дел о которых подведомственно одному и тому же судье, органу, должностному лицу, административное наказание назначается в пределах санкции, предусматривающей назначение лицу, совершившему указанное действие (бездействие), более строгого административного наказания.

На основании изложенного, «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) подлежит привлечению к административной ответственности по частям 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ, а назначению наказания, с учетом требований пункта 2 статьи 4.4 КоАП РФ, по

части 6 статьи 14.3 КоАП РФ, поскольку санкция по ней предусматривает назначение лицу, совершившему указанное действие (бездействие), более строгого административного наказания.

Руководствуясь пунктом 2 статьи 4.4, частями 3.2 и 3.3 статьи 4.1, статьями 23.48, 29.9-29.11, а также частями 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (публичное акционерное общество), ИНН/КПП 2801023444/280101001, ОГРН 1022800000079, дата регистрации – 14.02.1992, дата присвоения ОГРН – 22.08.2002, адрес (место нахождения): 675000, Амурская обл., г. Благовещенск, ул. Амурская, дом 225, виновным в совершении административных правонарушений ответственность за которые предусмотрена частями 1 и 6 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить ему наказание по части 6 статьи 14.3 КоАП РФ, с учетом положений частей 3.2 и 3.3 статьи 4.1 КоАП РФ, в виде административного штрафа в размере 250 000 рублей 00 копеек.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен в полном размере 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](#) КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Денежные взыскания (штрафы) за нарушение рекламного законодательства, налагаемые федеральными органами государственной власти, оплачиваются в федеральный бюджет.

Реквизиты для уплаты административного штрафа:

Получатель: Управление Федерального казначейства по Амурской области (Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области) ИНН/КПП 2801031325/280101001, расчетный счет 40101810000000010003 в ОТДЕЛЕНИЕ БЛАГОВЕЩЕНСК, БИК 041012001, КБК 16111626000016000140, ОКТМО 10701000. Назначение платежа: денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе.

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу: 8 (4162) 52-00-35.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ 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 РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение десяти

суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Руководитель управления