

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

об административном правонарушении

по делу № 021/04/14.3-73/2022

02 марта 2022 г. г. Чебоксары

"...", рассмотрев протокол об административном правонарушении от 16.03.2022, составленный "..." и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении **ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» (ИНН 7709138570, КПП 770601001, ОКПО 17535627, ОГРН 1027700218666, адрес: 119180, г. Москва, ул. Большая Полянка, д. 47, стр. 2)** по признакам совершения административного правонарушения ответственность, за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее КоАП РФ), в связи с нарушением части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие представителя лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, согласно представленному ходатайству о рассмотрении дела без участия (вх. от 28.02.202 № 1881 –ЭП/22),

УСТАНОВИЛ:

Решением Чувашского УФАС России от 26.01.2022 по делу № 021/05/28-1284/2021 ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» признано нарушившим часть 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

К указанному решению Комиссия Чувашского УФАС России пришла в силу следующего.

Основанием для возбуждения дела явился результат проведения Чувашским УФАС России контрольных (надзорных) мероприятий по соблюдению требований Закона о рекламе при размещении наружной

рекламы в границах г. Чебоксары (акт фиксации размещения информации от 07.12.2021 б/н, с проведением фотосъемки и видеозаписи).

В этой связи, было установлено следующее.

На отдельно стоящей щитовой рекламной конструкции, расположенной по адресу г.Чебоксары, Президентский б-р, д. 1, вдоль проезжей части дороги (30-я дорога) от «Ярмарки», после остановки общественного транспорта «ТК «Центральный», распространялась рекламная информация следующего содержания:

«ВРЕМЯ КОПИТЬ! ОТКРОЙТЕ ВКЛАД ДО 10 % МЕТАЛЛИНВЕСТБАНК
www.metallinvestbank.ru Пр-т Ленина, д.7, помещение № 12 8 800 250 - 97 – 97

* ВКЛАД «ДОХОДНЫЙ ГОД». СУММА ОТ 100 000 РУБ. СРОК 367 ДНЕЙ РАЗДЕЛЕН НА ПРОЦЕНТНЫЕ ПЕРИОДЫ. ДЛЯ КАЖДОГО ПЕРИОДА УСТАНОВЛИВАЕТСЯ ОТДЕЛЬНАЯ % СТАВКА (% ГОДОВЫХ):

ПЕРИОД 1 – 10,0% С ДАТЫ ОТКРЫТИЯ ВКЛАДА ПО ПОСЛЕДНИЙ КАЛЕНДАРНЫЙ ДЕНЬ 2-ГО МЕС.;

ПЕРИОД 2 – 8,5% С 1-ГО КАЛЕНДАРНОГО ДНЯ 3-ГО МЕС. – ПО ПОСЛЕДНИЙ КАЛЕНДАРНЫЙ ДЕНЬ 4-ГО МЕС.;

ПЕРИОД 3 – 7,5% С 1-ГО КАЛЕНДАРНОГО ДНЯ 5-ГО МЕС. – ПО ДАТУ ОКОНЧАНИЯ СРОКА ВКЛАДА.

ПОД МЕСЯЦЕМ ПОНИМАЕТСЯ КАЛЕНДАРНЫЙ МЕСЯЦ, ПЕРВЫЙ МЕСЯЦ СЧИТАЕТСЯ С ДАТЫ ОТКРЫТИЯ ВКЛАДА ПО ПОСЛЕДНЕЕ ЧИСЛО МЕСЯЦА, В КОТОРОМ ОТКРЫТ ВКЛАД.

ВЫПЛАТА %% В КОНЦЕ СРОКА. ДОСРОЧНОЕ РАСТОРЖЕНИЕ ПО СТАВКЕ ВКЛАДА «ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ». ПОПОЛНЕНИЕ И ЧАСТИЧНОЕ ИЗЪЯТИЕ ВКЛАДА НЕ ПРЕДУСМОТРЕНО. АВТОМАТИЧЕСКАЯ ПРОЛОНГАЦИЯ НА НОВЫЙ СРОК ПО ДЕЙСТВУЮЩИМ НА МОМЕНТ ПРОЛОНГАЦИИ СТАВКАМ ПО ДАННОМУ ВКЛАДУ. ПАО АКБ «МЕТАЛЛИНВЕСТБАНК». ГЕНЕРАЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ БАНКА РОССИИ 2440 ОТ 21.11.14».

Согласно пункту 1 статьи 3 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.

Объектом рекламирования, по смыслу Закона о рекламе (пункт 2 статьи 3), может выступать 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.

Содержание вышеуказанной информации, соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе.

Установлено, что лицом, определившим объект рекламирования и (или)

содержание рекламы явилось ПАО ПКБ «Металлинвестбанк».

Согласно представленной информации ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» (далее также – общество, банк), установлено, что размещение рекламы состоялось в соответствии с агентским договором от 27.01.2016 № МИ 27/01/16, заключенным между банком и ООО "Медиа Импакт" (ИНН 772 765273, 251301, г. Москва, Старопетровский проезд, д.7А, стр.6).

Кроме того, аналогичная реклама, на момент возбуждения дела, имела место размещения в иных субъектах Российской Федерации, а именно:

г. Валуйки, ул. 1 Мая, 41 а

г. Борисоглебск, ул. Матросовская, 70

г. Воронеж, Вл. Невского, 40, ЖК Северная Корона

г. Россошь, ул. Пролетарская, 235, ст. А

г. Навашино, проспект Корабелов (район ж\д вокзала)

г. Навашино, Трудовая ул. напротив территории Бывшего Молокозавода

г. Выкса, Пушкина пер. с Романова

г. Выкса, ул. Кр. Зори х ул. Вавилина

г. Кстово, пл. Ленина, 3 (главный выезд от ТЦ Атолл и Пирамида)

г. Пермь, ул. Космонавта Леонова – ул. Геологов

г. Кунгур, ул.Свободы,75

г. Чусовой, ул.Мира 2.

В этой связи, Чувашское УФАС России, согласно требованиям пункта 7 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 N 1922, было наделено ФАС России полномочиями по рассмотрению дела в отношении ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» по факту распространения вышеуказанной рекламы на вышеназванном объекте, с признаками нарушения требований, определенных [частью 7 статьи 5](#) Закона о рекламе.

Материалами дела установлено, что данной рекламой общество предлагало банковский продукт в виде срочного банковского вклада

«ДОХОДНЫЙ ГОД».

Общие требования к рекламе установлены статьей 5 Закона о рекламе. В силу части 1 данной статьи определено, что 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.

Необходимо отметить, что поскольку распространяемая банком реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителя желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

В рассматриваемой рекламе наиболее привлекательное для потребителя условие – ВКЛАД ДО 10 %, выполнено в ярко – синим цвете на бледном фоне, крупным, свободно читаемым шрифтом.

При этом, иная, существенная информация по вкладу, в том числе: сумма денежных средств первоначального вклада, срок, на который предполагается вклад, процентные периоды (для каждого процентного периода устанавливалась отдельная процентная ставка), и иные дополнительные условия или ограничения – выполнены в бледно-серой гамме на светлом фоне, мелким, не читаемым шрифтом, который невозможно разобрать одновременно вместе с привлекательным условием, выделенным ярко и броско - ВКЛАД ДО 10 %, и требует серьезного напряжения зрения, в том числе, в случае оказания в непосредственной близости к рекламному щиту.

Различалось и место расположения всей вышеуказанной информации, а именно: обращение к потребителю, содержащее сведения о процентной ставке по вкладу - занимало значительную часть рекламного щита, тогда как иная вышеуказанная информация, с существенными условиями о предлагаемой финансовой услуге – занимала лишь незначительную нижнюю часть данного щита.

Соответственно, существенная информация о финансовой услуге, в силу соотношения используемого размера шрифта, расположения на рекламном щите, в том числе, ее цветового решения, являлась трудночитаемой, требующей напряжения свойств человеческого

зрения, что указывало на ее недоступность для потребителя.

Кроме того, указанная рекламная конструкция располагалась непосредственно вдоль проезжей части оживленной дороги, и таким образом, мелкий, плохо читаемый шрифт рекламы, с существенными условиями финансовой услуги, не мог быть воспринят всеми категориям потребителей надлежащим образом.

С учетом месторасположения рекламного щита, потенциальными потребителями данной рекламы, в основном, являлись водители и пассажиры транспортных средств, которые находились в движении, что дополнительно усложняло прочтение, понимания и уяснения текста, поскольку время считывания информации, при этом, ограничено.

Потребители "выхватывали" лишь часть условий, выполненных крупным шрифтом, а информация мелким шрифтом оставалась не доступной.

Имеющиеся в деле материальные доказательства (фото и видео материалы, составленные Чувашским УФАС России при проведении контрольного мероприятия), указывают на то, что для потребителей (водителей, пассажиров) объективно доступна лишь информация, выполненная в ярком, крупном формате – о процентной ставке по вкладу, информация, выполненная в бледном, мелком виде – о существенных условиях по данному вкладу, оставалась для них скрытой.

При изложенных обстоятельствах, с учетом способа и особенности места размещения рассматриваемой рекламы, а также свойств человеческого зрения, все необходимые существенные условия в предоставлении финансовой услуги не могли восприниматься потребителями в должной мере, что могло приводить к искажению смысла рекламы и вводить ее потребителей в заблуждение.

При этом, оценка такой рекламы должна осуществляется и с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями, в том числе, в различных областях финансовых услуг.

Используя подобную рекламу, банк злоупотреблял своим правом, что является недопустимым, нарушающим законодательство.

Указанное подтверждается пунктом 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", в силу которого определено следующее. 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). Рассматриваемая реклама формально содержит все необходимые условия, но часть из них сложна для восприятия (мелкий шрифт, цветовая гамма, месторасположение указанной информации).

В этой связи, суды применяют подход, вышеуказанного Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации: 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.

Нечитаемая информация считается отсутствующей, а реклама считается ненадлежащей.

Таким образом, принимая во внимание все аспекты размещения рекламы финансовых услуг, с учетом размера рекламной конструкции и шрифта текста рекламы, а также местоположения рекламной конструкции, прихожу к выводу, что рассматриваемая реклама произведена в нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение указанной нормы Закона о рекламе несет рекламодаделец (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе).

В силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Ответственность за выявленное нарушение требований Закона о рекламе возлагается на ПАО ПКБ «Металлинвестбанк».

Вместе с тем, банком представлены материалы и пояснения, из которых следовало, что рассматриваемая реклама на указанном объекте должна была размещаться в период с 01.11.2021 по 31.12.2021.

При этом, в связи с тем, что рассматриваемая реклама явилась

предметом реагирования антимонопольного органа, 15.12.2021 банк произвел демонтаж спорной рекламы, о чем свидетельствовали, в том числе, представленные в материалы дела доказательства в виде фотоматериала.

Кроме того, согласно информации банка, демонтаж рекламы был осуществлен и на иных вышеназванных объектах, расположенных по вышеуказанным адресам.

Нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями 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.

ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» выступило в качестве рекламоделателя 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 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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 ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» 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 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.

При назначении наказания ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения, финансовое положение юридического лица.

Обстоятельства, отягчающие, либо смягчающие административную ответственность, отсутствуют.

С учетом установленных обстоятельств, ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» 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 ПАО ПКБ «Металлинвестбанк», считаю возможным применить меру наказания в пределах низшей санкции, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьями 23.48, п.1 ч.1 ст. 29.9 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» (ИНН 7709138570, КПП 770601001, ОКПО 17535627, ОГРН 1027700218666, адрес: 119180, г. Москва, ул. Большая Полянка, д. 47, стр. 2) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» 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 объеме.

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:

УФК по Чувашской Республике (Чувашское УФАС России)

ИНН 2128017971,

КПП 213001001

л/с 04151329250

р/с 03100643000000011500

в Отделение – НБ Чувашская Республика г.Чебоксары/УФК по Чувашской Республике г. Чебоксары

корр/счет 40102810945370000084

БИК 019706900,

КБК 161 1 1601141 01 0003 140,

ОКТМО 97701000

УИН 16100500000001300204

Наименование платежа: **«Денежные взыскания (штраф) за нарушение законодательства о рекламе по делу № 021/04/14.3-73/2022».**

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.

" ... "