

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 56

о наложении штрафа по делу № 4-05/59

об административном правонарушении

03 сентября 2015 года

г. Хабаровск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю рассмотрел протокол об административном правонарушении от 13 августа 2015 года и материалы дела № 4-05/59 об административном правонарушении в отношении ПАО «Дальневосточный банк» (ИНН 2540016961, КПП 254001001, местонахождение: г. Владивосток, ул. Верхнепортовая, 27а) в связи с распространением ненадлежащей рекламы финансовых услуг.

Дело рассмотрено в присутствии представителей ПАО «Дальневосточный банк»- <...> – начальника юридического отдела филиала ПАО «Дальневосточный банк» в г. Хабаровске (по доверенности) и <...> – заместителя директора филиала ПАО «Дальневосточный банк» в г. Хабаровске.

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 10 июля 2015 года отслежена наружная реклама ПАО «Дальневосточный Банк», распространяемая в городе Хабаровске по адресу: ул. Волочаевская – ул. Уссурийская, следующего содержания:

Крупным шрифтом:

«Ипотека 11,9% ДВБ Дальневосточный Банк. Нам 25 лет. Ипотека с государственной поддержкой. (4212)264-006. www.dvbank.ru.

Мелким шрифтом (размером 37 мм):

«Ипотечный кредит предоставляется для приобретения у юридического лица на первичном рынке жилья готового жилого помещения по договору купли-продажи (жилого помещения, находящегося на этапе строительства, по договору участия в долевом строительстве (договору уступки права требования по указанному договору). При отсутствии личного страхования ставка увеличивается на 1%. Мин. сумма кредита 300 000 руб., макс. 8 000 000 руб. для Москвы, Московской обл. и Санкт – Петербурга, для остальных регионов РФ макс. сумма 3 000 000 руб. Первоначальный взнос от 20%. Срок кредита от 3 до 30 лет. Оценка недвижимости, страхование имущества, личное страхование оплачиваются дополнительно по тарифам соответствующих организаций. Кредит предоставляется ПАО

«Дальневосточный банк», генеральная лицензия ЦБ РФ №843 Подробности на сайте и в офисах банка».

Кроме того, реклама размещалась по адресам в г. Хабаровске: ул. П. Л. Морозова, 20; ул. Серышева, 56 - ул. Шмидта.

Срок размещения указанной рекламы:

ул. Волочаевская – ул. Уссурийская с 11 июня 2015 года по 15 июля 2015 года;

ул. П. Л. Морозова, 20, с 13 июня 2015 года по 27 июля 2015 года;

ул. Серышева, 56 - ул. Шмидта с 11 июня 2015 года по 17 июля 2015 года.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги и на заключение кредитного договора с указанными в рекламе процентной ставкой. Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с банком по заключению договора кредита на определенных рекламой условиях.

В рекламе указывается процентная ставка по кредиту, то есть, дано одно из условий кредитного договора, влияющее на его стоимость, следовательно, реклама должна соответствовать требованиям статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В расход лица (заемщика), заключившего договор на предоставления кредита, включается:

оплата стоимости кредита (процент за пользование кредитом, платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата);

оплата услуг страхования, если выдача кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования;

иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного договора (необходимость нотариального заверения документов и т.п.).

Следовательно, если в рекламе услуг по предоставлению кредита указано любое из перечисленных условий, то должны быть указаны все остальные перечисленные

условия, как определяющие размеры расходов заемщика по кредиту, так и влияющие на эти расходы.

В соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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 ФЗ «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно статье 6 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 25 постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 года 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.).

Отсутствие в рекламе информации об условиях кредитного договора, влияющих на полную стоимость кредита для заемщика, вводит в заблуждение относительно стоимости товара (кредитного договора), что является нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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.

При этом в рекламах даны условия, влияющие на сумму расходов.

Информация об указанных условиях формально присутствует в рекламе.

Однако данные сведения выполнены столь мелким по сравнению с основным

рекламным текстом шрифтом, что делает невозможным их восприятие и вводит потребителя в заблуждение относительно условий по рекламируемому кредиту. Для пассажиров и водителей движущегося транспорта время считывания рекламной информации ограничено и, следовательно, информация, нанесенная на баннер мелким шрифтом, также недоступна для восприятия.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе сведений об иных условиях кредита, влияющих на сумму расходов, помимо крупно указанной в рекламе информации о процентной ставке кредита, форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама - это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как ограниченное время считывания информации, объем информации, размещенной в рекламе, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя получить полный текст (информацию) рекламы.

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно, усматривается при визуальном просмотре текста рекламы.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написанная крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы банковских услуг, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях кредита, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще

недоступна для потребителей.

Таким образом, в нарушение требований приведенных выше норм законов указанные условия, являющиеся существенной информацией для потенциальных потребителей, в рекламе не указаны.

На основании изложенного следует, что указанная информация должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими условиями, так как она может существенно изменить стоимость кредита и повлиять на сумму расходов заемщика по кредиту.

Данные обстоятельства указывают на то, что у потребителей рекламы затруднена возможность прочесть и воспринять всю информацию о рекламном продукте, а, следовательно, свидетельствуют о том, что, несмотря на формальное присутствие в рекламе сведений обо всех условиях оказания соответствующей услуги, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются, следовательно, приравниваются к их отсутствию.

Таким образом, реклама кредита ПАО «Дальневосточный Банк» противоречит части 7 статьи 5, пункту 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела представители Банка заявили о малозначительности совершенного правонарушения, и просили прекратить производство по делу и ограничиться устным замечанием.

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 [пункте 18](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 2 июня 2004 года N 10 (в ред. от 10.11.2011) «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» указано, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях ([пункт 18.1](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 2 июня 2004 года N 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях»).

Из позиции, выраженной в пункте 4.2 Постановления Конституционного Суда РФ от 25.02.2014 N 4-П, следует, что освобождение от административной ответственности в связи с малозначительностью совершенного административного правонарушения осуществляется с учетом характера конкретного противоправного деяния, степени вины нарушителя в его совершении, отсутствия вредных последствий, существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Что касается обстоятельств, не имеющих непосредственного значения для оценки самого административного правонарушения, а характеризующих особенности материального (экономического) статуса привлекаемого к ответственности юридического лица либо его постделиктное поведение, в том числе добровольное устранение негативных последствий административного правонарушения, то они как таковые не могут служить основанием для признания административного правонарушения малозначительным. При этом следует иметь в виду, что возможность освобождения от административной ответственности путем признания административного правонарушения малозначительным во всех случаях, когда правоприменительный орган на основе установленных по делу обстоятельств приходит к выводу о несоразмерности предусмотренного конкретной статьей [Кодекса](#) Российской Федерации об административных правонарушениях административного штрафа характеру совершенного правонарушения, способствовала бы формированию атмосферы безнаказанности, что несовместимо с вытекающим из [статей 4 \(часть 2\), 15 \(часть 2\)](#) и 19 ([части 1 и 2](#)) Конституции Российской Федерации принципом неотвратимости ответственности за нарушение закона.

Административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена [частью 1 статьи 14.3](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, относится к административным правонарушениям с формальным составом и считается оконченным с момента невыполнения правил, предусмотренных законодательством о рекламе.

Ответственность за указанное деяние наступает вне зависимости от наступления ущерба или иных вредных последствий.

Наступление общественно опасных последствий в виде причинения ущерба при совершении правонарушений с формальным составом не доказывается, возникновение этих последствий презюмируется самим фактом совершения

действий или бездействия.

В данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий, а в пренебрежительном отношении заявителя к исполнению своих публично - правовых обязанностей, предусмотренных формальными требованиями пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», что посягает на установленный правопорядок в области распространения рекламы.

Кроме того, санкция статьи указывает на значительную общественную опасность административного правонарушения, предусмотренного [ст. 14.3](#) КоАП РФ.

Указанная ненадлежащая реклама нарушает права и интересы неопределенного круга лиц, на который реклама общества направлена.

В соответствии со [статьей 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.

При этом, согласно [части 2](#) указанной нормы, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых указанным [Кодексом](#) предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Установленные по делу обстоятельства свидетельствуют о том, что Общество имело возможность избежать нарушения 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 соблюдения требований вышеуказанных нормоположений.

Согласно [части 1 статьи 4.1](#) КоАП Российской Федерации административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

Фактические обстоятельства дела не свидетельствуют об исключительности ситуации, позволяющей признать правонарушение малозначительным и применить [статью 2.9](#). КоАП РФ.

Заявителю назначено административное наказание с учетом всех обстоятельств, перечисленных в части 3 статьи 4.1 КоАП РФ в виде штрафа в минимально допустимом размере санкции части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, что соответствует установленным статьей 3.1 КоАП РФ целям административного наказания, а равно отвечает принципам законности, справедливости, неотвратимости и целесообразности юридической ответственности.

Отсутствие в рекламе информации об условиях кредитного договора, требующих

дополнительных затрат, вводит в заблуждение относительно стоимости товара (кредитного договора), что является нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статей 5, 28 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем, в интересах которого непосредственно распространялась рекламная кампания, является ПАО «Дальневосточный Банк». Данный факт подтверждается договором № 7582_VDPO оказания услуг, заключенным ПАО «Дальневосточный Банк» с ООО «Русс Аутдор» 22.12.2014 года, приложением к указанному договору, актом об оказании услуг, платежными поручениями.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе

(ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ПАО «Дальневосточный банк» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.
2. Применить к ПАО «Дальневосточный банк» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 100 000 (ста 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.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе,

зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, Отделение Хабаровск г. Хабаровска, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКТМО 08701000001.

При отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу - исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо, вынесшее постановление, принимает решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ.

В соответствии с пунктом 3 части 1 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 арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.