

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

об административном правонарушении

по делу № 021/04/14.3-1030/2020

14 октября 2020 г.
Чебоксары

г.

«...», рассмотрев протокол об административном правонарушении от 17.09.2020, составленный «...» и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении **АО КБ «Хлынов» (610002, г. Киров, ул. Урицкого, 40 bank@bank-hlynov.ru, ОГРН 1024300000042, ИНН 4346013603)** по признакам совершения административного правонарушения ответственность, за которое предусмотрена частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее также КоАП РФ), в связи с нарушением части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе,

в отсутствие представителя лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении в соответствии с ходатайством о вынесении постановления в его отсутствие,

УСТАНОВИЛ:

Чувашским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Федерального закона от 03.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) рассмотрено дело № 021/05/28-169/2020 по признакам нарушения требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», отношении АО КБ «Хлынов» (далее также Банк, общество).

Основанием для возбуждения дела послужило осуществление 12.02.2020 Чувашским УФАС России контрольного мероприятия по соблюдению требований Закона о рекламе при размещении

наружной рекламы в границах г. Чебоксары.

Решением Чувашского УФАС России от 27.07.2020 по делу № 021/04/14.3-1030/2020, реклама, распространяемая, в том числе, на рекламном щите по адресу г.Чебоксары Президентский бульвар (напротив ТК «Центральный» ул. Гагарина, 1) в период с 07.02.2020 по 31.03.2020 признана ненадлежащей, поскольку ее содержание нарушает требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

При этом, АО КБ «Хлынов» признан нарушившим часть 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 Закона о рекламе.

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

В результате контрольного мероприятия 12.02.2020 по соблюдению требований Закона о рекламе при размещении наружной рекламы в границах г. Чебоксары, Чувашским УФАС России выявлено на щитовой рекламной конструкции, расположенной вдоль проезжей части дороги (30-я дорога) от остановки «ТЦ Центральный» в сторону центральной дороги, размещение наружной рекламы, в том числе, следующего содержания: «Когда желания разные? Позволь себе больше с низкой ставкой по кредиту от 8,8%».

Общие требования к рекламе установлены статьей 5 Закона о рекламе. Согласно части 1 данной статьи определено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

При этом, частью 7 статьи 5 Закона о рекламе определено, что не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рассматриваемая реклама является рекламой финансовых услуг, в связи с чем, на нее распространяются требования, определенные статьей 28 Закона о рекламе.

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

В рамках рассмотрения дела, согласно материалам контрольного мероприятия и

фотоматериалам, представленными Банком, установлено, что на объекте наружной рекламы - отдельно стоящих рекламных конструкциях, расположенных в границах г. Чебоксары по адресу Президентский бульвар, от остановки «ТЦ Центральный» в сторону центральной дороги и г. Киров на перекрестке ул. Московской, д. 107 а и Солнечного проезда, распространяется реклама финансовых услуг АО КБ «Хлынов». При этом, в рекламном сообщении крупным шрифтом до потребителя доводится привлекательная информация следующего содержания. «Когда желания разные? Позволь себе больше С низкой ставкой по кредиту от 8,8%».

Между тем, в нижней части рекламного сообщения, мелким, не читаемым шрифтом, содержится иная информация, но являющейся существенной для потребителя, в случае принятия им положительного решения воспользоваться предлагаемой финансовой услугой.

Место размещения рассматриваемой наружной рекламы на щитовых рекламных конструкциях является местом общедоступным для неопределенного круга лиц, потребителей рекламы. Каких – либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы, не установлено.

При этом, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламы и конкретной стороны правоотношений, возникающих по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе определения лиц, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Доводы Банка об отсутствии в рекламе нарушений Закона о рекламе, добросовестности действий по размещению рекламы, читабельности шрифта, возможности при желании потребителя, прочесть мелкий шрифт, в котором, в том числе, указаны все условия в получении кредита, не могут быть приняты во внимание по следующим основаниям.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Постановление ВАС), при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. Кроме того, вся необходимая смысловая информация должна доводиться до потребителя непосредственно в рекламе, чтобы

обеспечить возможность с ней ознакомиться на момент ознакомления с рекламой, так как она может существенно повлиять на его выбор.

В пункте 28 Постановления ВАС разъясняется, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые **Законом** о рекламе к рекламе, в частности, указания всех существенных условий о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

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

Поэтому, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

Указанное Банком обстоятельство, что нормами Закона о рекламе не установлен размер шрифта текста рекламы является несостоятельным в силу следующего. Место размещения рекламы и ее восприятие участниками дорожного движения, в котором должна быть приведена обязательная в силу закона информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта, форма и способ его передачи может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение относительно фактических условий банковской услуги.

В рассматриваемом случае, наиболее выгодное и привлекательное условие - низкая **процентная ставка от 8,8%, в то же время, в отсутствие указания такого существенного условия, как период ее действия (год, месяц, либо иной период,)** выделено в рекламе ярко и броско, крупным шрифтом, в связи с чем, данная информация хорошо воспринимается потребителем.

При этом, менее или вовсе непривлекательные обременительные условия (в том числе, фактическая стоимость кредита, надбавки и расходы заемщика, дополнительные условия или ограничения) размещены в рекламе мелким, не читаемым шрифтом, который невозможно разобрать одномоментно, и требует серьезного напряжения зрения, в том числе, в случае оказания в непосредственной близости к рекламному щиту.

Вместе с тем, необходимо учитывать, что рассматриваемые рекламные конструкции располагаются непосредственно вдоль проезжей части оживленной дороги, и таким образом, мелкий, плохо читаемый шрифт, с существенными условиями финансовой услуги, не может быть воспринят всеми категориям потребителей надлежащим образом, в том числе, одновременно со всей информацией, размещенной в рекламе.

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

Материалами контрольного мероприятия, проведенного Чувашским УФАС России 12.02.2020, установлено, что рекламный щит расположен на городской магистрали, где средняя скорость движения транспортного средства составляет 40 км. в час, и использованный шрифт текста рекламы, с учетом скорости движения транспортных средств, не мог обеспечивать нормального восприятия водителями и пассажирами всего содержания рекламы.

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

Указанное обстоятельство может приводить к искажению смысла рекламы и вводить ее потребителей в заблуждение.

Чувашское УФАС России пришло к выводу, что именно эту особенность, с учетом места размещения рекламы, использовал Банк, предлагая ставку по своему кредитному продукту в наиболее выгодном ярком формате - от 8,8%.

При этом, иные существенные условия рекламируемого продукта, в отличие от вышеуказанной процентной ставки по кредиту, указаны мелким шрифтом, затрудняющим их восприятие, разобрать которые не представляется возможным без дополнительных технических средств, в связи с чем, они являются недоступными для потребителя.

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 ([Постановление](#) ФАС Волго-Вятского округа от 07.02.2012 по делу N А79-3324/2011). Недопустимо указывать только привлекательные условия финансовой услуги-

процентную ставку кредита без обозначения полной стоимости кредита и всех существенных условий ([решение](#) Московского УФАС России от 16.10.2014 по делу N 08-21/38-14).

Подобного рода недобросовестная реклама может создать у потребителей иллюзию коммерчески привлекательного продукта в отсутствие полной информации обо всех его параметрах.

Кроме того, оценка такой рекламы должна осуществляться и с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Узнавая о скрытых аспектах получения кредита уже на стадии заключения договора по его получению, заемщику может оказаться сложнее отказаться от невыгодных для него условий, поскольку он уже пришел в банк и рассчитывал на получение кредитных средств.

Используя подобную рекламу, Банк злоупотреблял своим правом, что является недопустимым ([Постановление](#) Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 26.05.2015 N Ф02-2148/2015).

Кроме того, не допускается реклама финансовых услуг, в которой при указании хотя бы одного условия влияющего на его стоимость, отсутствуют остальные условия о рекламируемом продукте, определяющие полную стоимость кредита (часть 3 статьи 28 Закона о рекламе).

В данном случае, материалы дела свидетельствуют, что спорная реклама с привлекательной для потребителя информацией размещена крупным шрифтом, а иные существенные условия получения кредита - способом, затрудняющим восприятие условий, не позволяющим всем категориям потребителей воспринимать данные сведения.

При формальном присутствии в рекламе необходимой информации такие обстоятельства, как размер рекламной конструкции, высота и место ее расположения (около автомобильной дороги, не на уровне глаз потребителя), размер шрифта, не позволяют потребителям воспринимать все сведения об условиях предоставляемой услуги, и, следовательно, она не может рассматриваться как ее фактическое наличие. Аналогичная правовая позиция изложена в постановлении Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 19.11.2014 № Ф01-4705/2014 по делу № А79- 2037/2014.

Таким образом, принимая во внимание все аспекты размещения рассматриваемой рекламы финансовых услуг, в том числе, отсутствие в рекламе иных существенных условий в получении кредита, в данном случае - период действия процентной ставки (год, месяц, либо иной период,) Чувашское УФАС России пришло к выводу, что распространение данной рекламы

осуществлено с нарушением требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Реклама, не соответствующая требованиям Закона о рекламе в соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, признается ненадлежащей рекламой.

В соответствии с [частью 6 статьи](#)

[38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение указанных требований несет рекламодатель.

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.

Как следует из

материалов дела, и не опровергается банком, лицом, определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы является АО КБ «Хлынов», соответственно данное общество является рекламодателем рассматриваемой

рекламы.

На

этом основании, ответственность за выявленное нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе возлагается на АО КБ «Хлынов».

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

В 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.

АО КБ «Хлынов» выступило в качестве рекламодателя ненадлежащей рекламы и тем самым совершило административное правонарушение, предусмотренное частью 6 статьи 14.3 КоАП РФ.

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.

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.

Распространение кредитной организацией рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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, образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двадцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до восьмисот 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 АО КБ «Хлынов» правонарушение посягает на установленный в Российской Федерации порядок распространения рекламы, создает существенную угрозу охраняемым общественным правоотношениям, следовательно, не может быть признано малозначительным.

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

При назначении наказания АО КБ «Хлынов» учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения, финансовое положение юридического лица.

Обстоятельства, отягчающие, либо смягчающие административную ответственность, отсутствуют.

С учетом установленных обстоятельств, АО КБ «Хлынов» виновно в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 6 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 АО КБ «Хлынов», считаю возможным применить меру наказания в пределах низшей санкции, предусмотренной частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать **АО КБ «Хлынов» (610002, г. Киров, ул. Урицкого, 40 bank@bank-hlynov.ru, ОГРН 1024300000042, ИНН 4346013603)** виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить **АО КБ «Хлынов» (610002, г. Киров, ул. Урицкого, 40 bank@bank-hlynov.ru, ОГРН 1024300000042, ИНН 4346013603)** наказание в виде административного штрафа в размере 300 000 (Триста тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

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

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

Получатель:

ИНН 2128017971,

КПП 213001001 УФК по Чувашской Республике (Чувашское УФАС России)

Банк получателя:

Отделение –НБ Чувашская Республика г.Чебоксары,

БИК 049706001,

р/счет 40101810900000010005,

КБК 161 1 16 01141 01 0003 140 ,

ОКТМО 97701000

УИН 16100500000000712541

Наименование платежа: «Денежные взыскания (штраф) за нарушение законодательства о рекламе по делу № 021/04/14.3-1030/2020».

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.

