

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

по делу № 021/04/14.3-701/2022

об административном правонарушении

03 августа 2022 года г. Чебоксары

"...", рассмотрев протокол об административном правонарушении от 01.08.2022, составленный "..." и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении Банк ВТБ (ПАО) (ИНН 7702070139, ОГРН 1027739609391, юридический адрес: 191144, г. Санкт – Петербург, Дегтярный пер., д. 11 литер а, почтовый адрес: 109147, г. Москва, ул. Воронцовская, д.43, стр.1) 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» (далее – Закон о рекламе),

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

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения Закона о рекламе от 09.06.2022 по делу № 021/05/5-261/2022 Банк ВТБ (ПАО) признано нарушившим часть 7 статьи 5 названного закона. К указанному решению Комиссия пришла в силу следующего.

08.02.2022 Чувашским УФАС было установлено на отдельно стоящей щитовой рекламной конструкции, расположенной вдоль проезжей части дороги, между остановками общественного транспорта «ТЦ Мега Молл» и «АО Чебоксарский трикотаж», размещение наружной рекламы Банк ВТБ (ПАО), следующего содержания.

«ВТБ ИПОТЕКА ОТ 4,7% - ДЛЯ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ

«СТАВКА 4,7% ГОДОВЫХ ПО ИПОТЕКЕ С ГОСПОДДЕРЖКОЙ ДЛЯ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ ПРИ УСЛОВИИ КОМПЛЕКСНОГО СТРАХОВАНИЯ И С ДИСКОНТАМИ ЗА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕРВИСОВ ЭЛЕКТРОННОЙ РЕГИСТРАЦИИ И БЕЗОПАСНЫХ РАСЧЕТОВ (ЦИФРОВЫЕ СЕРВИСЫ) И ПОДАЧИ ЗАЯВКИ ЧЕРЕЗ ЦИФРОВОЙ КАНАЛ. ЗАЕМЩИКИ - ГРАЖДАНЕ РФ, С РЕБЕНКОМ, РОЖДЕННЫМ С 01.01.2018 ПО 31.12.2022, ЛИБО С РЕБЕНКОМ-ИНВАЛИДОМ ДО 18 ЛЕТ, РОЖДЕННЫМ НЕ ПОЗДНЕЕ 31.12.2022. СУММА КРЕДИТА ДЛЯ МОСКВЫ И ОБЛАСТИ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ОБЛАСТИ - ОТ 1 МЛН. ДО 12 МЛН. РУБ., ДЛЯ ОСТАЛЬНЫХ РЕГИОНОВ ОТ 500 ТЫС. ДО 6 МЛН. РУБ. ПЕРВЫЙ ВЗНОС ОТ 15%. ВАЛЮТА КРЕДИТА - РУБЛИ. СРОК КРЕДИТА ДО 1 ДО 30 ЛЕТ. ПРИ ОТСУТСТВИИ КОМПЛЕКСНОГО СТРАХОВАНИЯ СТАВКА ПОВЫШАЕТСЯ НА 0,7%. УСЛОВИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫ НА 07.12.2021. БАНК В ПРАВЕ ОТКАЗАТЬ В ПРЕДОСТАВЛЕНИИ КРЕДИТА БЕЗ ОБЪЯСНЕНИЯ ПРИЧИН. БАНК ПРЕДОСТАВЛЯЕТ КРЕДИТ В СЛУЧАЕ, ЕСЛИ ЗАЕМЩИК (СОЗАЁМЩИК /ПОРУЧИТЕЛЬ ПРИ НАЛИЧИИ) СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯ ГОСПРОГРАММЫ И БАНКА И ПРЕДОСТАВИЛ ПОЛНЫЙ ПАКЕТ НЕОБХОДИМЫХ ДОКУМЕНТОВ. БАНК ВТБ (ПАО). ГЕН. ЛИЦЕНЗИЯ ЦБ РФ №1000. РЕКЛАМА. 0+.»

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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. Рассматриваемая информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, установленным статьей 3 Закона о рекламе. Общие требования к рекламе определены статьей 5 Закона о рекламе. Согласно части 1 данной статьи следует, что реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе установлено, 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. Определено, что вышеназванная реклама, по указанному объекту распространялась с 01.02.2022 по 28.02.2022 по заявке Банка ВТБ (ПАО).

Из пояснений Банка ВТБ (ПАО) следовало, что данной рекламой общество предлагало банковский продукт в виде ипотеки от 4,7 % - для семей с детьми на условиях, указанных, в том числе, в настоящей рекламе. Вместе с тем, по мнению банка, реклама на рассматриваемом объекте содержала все условия по ипотеке с господдержкой для семей с детьми, в том числе, необходимые в силу действующего законодательства и не нарушала требований Закона о рекламе. При этом, рекламный щит был расположен таким образом, что препятствий

для свободного восприятия информации, содержащейся на нем, не было, поскольку для подхода к нему имелся, в том числе, пешеходный тротуар, проходящий непосредственно вдоль проезжей части дороги. Кроме того, по мнению банка, оценка читаемости рекламного текста могла производиться только с позиции пешеходов, а не с позиции участников дорожного движения (водители и пассажиры), находящиеся в движущемся транспортном средстве. Таким образом, последние не рассматривались банком в качестве потребителей рекламы.

Доводы банка о добросовестности действий по размещению рекламы рассматриваемым способом, не могут быть приняты во внимание по следующим основаниям. Рассматриваемая реклама финансовых услуг направлена на формирование желания потребителей ею воспользоваться.

Вместе с тем, в рекламе наиболее привлекательное для потребителя условие – ИПОТЕКА ОТ 4,7 % - ДЛЯ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ выполнено ярко, крупным, свободно читаемым шрифтом. При этом, иная, но существенная информация по получению суммы денежных средств (кредита), в том числе, это - конкретный период рождения ребенка (*с 01.01.2018 по 31.12.2022, ЛИБО С РЕБЕНКОМ-ИНВАЛИДОМ ДО 18 ЛЕТ, РОЖДЕННЫМ НЕ ПОЗДНЕЕ 31.12.2022*), конкретный регион (*Москва, Московская область, Санкт – Петербург и остальные регионы*), для каждого региона устанавливалась отдельная сумма кредита, и иные дополнительные условия или ограничения, выполнены мелким, не читаемым шрифтом, который невозможно разобрать одномоментно вместе с привлекательным условием, выполненным крупным шрифтом, 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 ипотеке - занимало значительную часть рекламного щита, тогда как иная вышеуказанная информация, с существенными условиями о предлагаемой финансовой услуге – располагалась в нижней части 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. Данные обстоятельства подтверждаются фото и видео материалами, имеющимися в материалах дела. 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, будь то пешеходы, либо участники дорожного движения, в должной мере, что могло приводить к искажению смысла рекламы и вводить в заблуждение. Оценка рекламы должна осуществляться и с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями, в том числе, в различных областях финансовых услуг. Таким образом, оценивая данную рекламу, содержащей информацию, выполненную мелким шрифтом, следует учитывать то, что исходя из понятия рекламы, она предназначена для распространения среди неопределённого круга лиц, в связи с чем, вся информация должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий, знаний и применения специальных средств.

При этом, то обстоятельство, что нормами Закона о рекламе не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

Используя подобную рекламу, банк злоупотреблял правом, что является недопустимым, нарушающим законодательство. В силу пункта 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" 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, поскольку часть из них была 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, антимонопольный орган пришел к выводу, что рассматриваемая реклама банка произведена в нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе. Указанное согласуется с позицией судов в отношении мелкого нечитаемого шрифта в рекламе финансовых услуг, с учетом места расположения рекламной конструкции, способа исполнения текста рекламы (Решение Арбитражного суда Чувашской Республики – Чувашии от 28.10.2019, постановление Первого арбитражного апелляционного суда от 28.01.2020, постановление арбитражного суда кассационной инстанции от 25.05.2020 по делу № А79-8624/2019 Определение Верховного Суда Российской Федерации от 29.09.2020 № 301-2620-13351). Ответственность за нарушение указанной нормы Закона о рекламе несет рекламодатель (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. Как следует из материалов дела, и не опровергается Банком ВТБ (ПАО), лицом, определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы является Банк ВТБ (ПАО). На этом основании, ответственность за выявленное нарушение требований Закона о рекламе возлагается на Банк ВТБ (ПАО).

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодистрибьютерами законодательства Российской Федерации о рекламе образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

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

Банк ВТБ (ПАО) выступило в качестве рекламодателя рекламы ненадлежащим способом и тем самым совершило административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

В соответствии с частью 2 статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

В силу части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ об административных правонарушениях при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное

правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

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

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

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

Совершенное Банком ВТБ (ПАО) 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 Банку ВТБ (ПАО) учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения, финансовое положение юридического лица. Обстоятельства, отягчающие, либо смягчающие административную ответственность, отсутствуют.

С учетом установленных обстоятельств, Банк ВТБ (ПАО) 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.

Статьей 4.1.1 КоАП РФ установлена замена административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

Согласно части 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Вместе с тем, при рассмотрении дела должностным лицом установлены обстоятельства привлечения Банк ВТБ (ПАО) ранее к административной ответственности, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, в рамках следующих дел об административных правонарушениях: № 012/04/14.3-282/2022, №027/04/14.3-388/2022, №066/04/14.3-4041/2021.

Из статьи 4.6. КоАП РФ ("Срок, в течение которого лицо считается подвергнутым административному наказанию") следует, что 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. Принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства, срок, в течение которого Банк ВТБ (ПАО) считается подвергнутым административному наказанию на 03.08.2022 не истек. Таким образом, определяя степень ответственности Банк ВТБ (ПАО), считаю возможным применить меру наказания в пределах низшей санкции, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать Банк ВТБ (ПАО) (ИНН 7702070139, ОГРН 1027739609391, юридический адрес: 191144, г. Санкт – Петербург, Дегтярный пер., д. 11 литер а, почтовый адрес: 109147, г.Москва, ул. Воронцовская, д.43, стр.1) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить Банк ВТБ (ПАО) 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 16100500000001470107

Наименование платежа: «**Денежные взыскания (штраф) за нарушение законодательства о рекламе по делу № 021/04/14.3-701/2022**».

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.

" "

2022-6403