



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

**УПРАВЛЕНИЕ
Федеральной антимонопольной службы
по Ставропольскому краю**

ул. Ленина, 384, г. Ставрополь, 355003
тел. (8652) 35-51-19, факс (8652) 35-51-19
e-mail: to26@fas.gov.ru

_____ № _____

На № _____ от _____

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о наложении штрафа по делу об
административном правонарушении №026/04/14.3-2017/2019**

27 декабря 2019 года

г. Ставрополь

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю Золина Галина Владимировна, рассмотрев протокол №615 от 13.12.2019 года и материалы административного дела № 026/04/14.3-2017/2019, возбужденного 19.11.2019 года управлением Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю в отношении ПАО «СБЕРБАНК» /117997, г. Москва, ул. Вавилова, д.19, ИНН 7707083893, КПП 773601001, зарегистрировано в качестве юридического лица Управление Федеральной налоговой службы по г. Москве 16.08.2002 за ОГРН 1027700132195/ по части 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (нарушение части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38 – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии представителей ПАО «Сбербанк» . (доверенность №№5230/Ч1255 от 17.07.2018) и (доверенность №5230/Ч1248 от 17.07.2018). Законный представитель надлежащим образом уведомлен о времени и месте рассмотрения дела №026/04/14.3-2017/2019 об административном правонарушении (уведомление о вручении почтового отправления №80084643707461 от 13.12.2019)

УСТАНОВИЛ:

В результате осуществления государственного надзора за рекламной деятельностью хозяйствующих субъектов были выявлены нарушения Федерального закона «О рекламе».

18 ноября 2019г. в городе Ставрополе на ул. Ленина, в районе дома №387 на щите наружной рекламы (призматроне) зафиксирована реклама следующего содержания: «До новой квартиры один клик. Ставка по ипотеке от 5%».

Текст «До новой квартиры один клик. Ставка по ипотеке от 5%» напечатан крупным шрифтом, условия предоставления ипотеки указаны мелким шрифтом внизу рекламного баннера. Внимание потребителей рекламы привлекает финансовая услуга – кредит и процентная ставка – 5 % годовых, а текст, указанный мелким шрифтом не читаем.

Остальная информация в рекламе находится под сноской в нижней части рекламы: «С 12.08.2019 в рамках программы «Ипотека с государственной поддержкой для семей с детьми» предоставляется возможность приобрести жилую недвижимость на первичном рынке у юридического лица как на стадии строительства, так и готовое жилье от застройщика по ставке от 5% годовых на срок от 12 до 360 мес. вкл. При условии страхования жизни и здоровья заемщика (обязательно при выдаче кредита). При отказе заемщика от страхования жизни и здоровья процентная ставка составит 6% годовых. Первоначальный взнос-от 20%. Мин. Сумма кредита-300 тыс.руб., макс.-до 12 млн. руб. при покупке жилья в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области и до 6 млн. руб. при покупке жилья в других регионах. Валюта-рубли РФ. Кредит предоставляется гражданам РФ, у которых в период с 01.01.2018 до 31.12.2022 родился второй или последующий ребенок (гражданин РФ). Дополнительные расходы: страхование жизни и здоровья, страхование и оценка недвижимости, оформляемого в залог (тарифы зависят от индивидуальных особенностей заемщика), нотариальное заверение документов. Банк вправе отказать в выдаче кредита без объяснения причин. Полные условия-на sberbank.ru. Услугу подачи заявки на ипотеку Сбербанк через domclick.ru предоставляет ООО «ЦНС». Реклама. ПАО Сбербанк. Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций №1481 от 11.08.2015.» указана гораздо меньшим шрифтом на 9,5 строках и нераспознаваема без специальных приспособлений.

Из вышесказанного следует вывод о фактическом отсутствии информации, указанной мелким шрифтом в нижней части рекламы, поскольку потребители рекламы просто не могут прочитать ее.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.06г. №38-ФЗ «О рекламе», реклама-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.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.06г. "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.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе", реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Рекламодателем указанной рекламы является ПАО «СБЕРБАНК» /117997, г. Москва, ул. Вавилова, д.19, ИНН 7707083893, КПП 773601001, зарегистрировано в качестве юридического лица Управление Федеральной налоговой службы по г. Москве 16.08.2002 за ОГРН 1027700132195/.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06г. №38-ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 и пунктом 2 частью 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.06г. №38-ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

11.12.2019 г. в адрес Ставропольского УФАС России поступили письменные объяснения представителя ПАО «СБЕРБАНК» по доверенности (вх. № 9254 от 11.12.19 г.), в которых указано следующее.

Рассматриваемая реклама представляла собой динамичную рекламу на призматроне формата 3х6 м, транслировалась в течение достаточного количества времени, необходимого для прочтения и понимания. Через заданный промежуток времени все призмы одновременно проворачивались вокруг своей оси, демонстрируя по очереди каждую из трех граней (для демонстрации другой рекламы). Т.е. через определенный промежуток времени вновь демонстрировалась реклама Банка.

Рекламный макет наружного размещения был разработан Банком, непосредственное нанесение на физический носитель (баннер) Банком не осуществлялось.

Банк указал, что ограниченная площадь рассматриваемого баннера и общее количество информации, подлежащей отражению на его поверхности во исполнение требований ст. 28 Закона о рекламе, не позволяют разместить все текстовые надписи шрифтом одного размера. С учетом указанного обстоятельства Банком был выбран максимально корректный способ отображения условий кредитования с указанием их в нижней части рекламного макета, т.е. на наименьшем расстоянии от пешеходов. В нижней части рекламного баннера, занимающей 1/3 площади баннера, содержится информация обо всех существенных условиях предоставления кредита, определяющих его полную стоимость и влияющих на нее. Для удобства восприятия рекламы потребителями фото часть расположена горизонтально, что позволяет разместить текст на большей площади баннера. Банком была выбрана оптимальная контрастность (черный шрифт, хорошо читаемый на белом фоне). Текст условий расположен горизонтально, размер строк соответствует ширине баннера. Размер шрифта, контрастность и расположение строк позволяют в полной мере ознакомиться с условиями кредитования, прочитать весь текст рекламы, без

приложения чрезмерных усилий и специальных средств, что делает ее легко доступной для потребителя. При этом размер шрифта позволяет без труда прочитать его на расстоянии, например, с благоустроенной пешеходной дорожки, расположенной справа от баннера. Для удобства круглосуточного прочтения информации в темное время суток баннер дополнительно освещался двумя фонарями. Таким образом, потребителя не могли быть введены в заблуждение, поскольку в рассматриваемой рекламе содержались полные и достоверные сведения по продукту, представленные в доступном для чтения формате.

С учетом изложенного, Банк полагает, что в его действиях отсутствуют нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, ПАО «СБЕРБАНК» просит прекратить производство по делу об административном правонарушении.

На рассмотрении дела 27.12.2019 г. представитель по доверенности ПАО «СБЕРБАНК» подтвердил доводы, указанные в письменных пояснениях, представленных в Ставропольское УФАС России ранее.

Исходя из рекламного макета, представленного ПАО «СБЕРБАНК», соотношение сторон составляет 290мм x 130мм=37700; высота цифр, которыми указана процентная ставка 5%, составляет 15 мм; высота букв мелкого шрифта, расположенного в нижней части рекламы, составляет 1,5мм. Пропорция для рекламного щита 3*6м будет составлять $\approx 1:25$.

Таким образом, на рекламном щите 3*6м высота цифр, которыми указана процентная ставка 5%, составляет 375мм(37,5 см); высота букв мелкого шрифта, расположенного в нижней части рекламы, составляет 37.5мм(3 см75мм).

Реклама ПАО «Сбербанк» размещалась вдоль дороги. Текст сноски выполнен черными буквами на белом фоне, и часть текста попадает на разрезы движущихся элементов конструкции, расположен текст на 9.5 строках. Реклама была представлена на обозрение 24 часа в сутки, то есть освещенность в разное время суток различная. Потребители, проезжающие на автотранспорте и пешеходы, проходящие по тротуару, рекламную информацию воспринимают сбоку.

Согласно объяснений ПАО «Сбербанк», в нижней части баннера на каждой строке расположено определенное количество слов.

Строка нижней части баннера	Количество слов без предлогов
1	12
2	14
3	15
4	16
5	15
6	14
7	14
8	14
9	13

10	8
----	---

ПАО «Сбербанк» ссылается на Государственный норматив чтения школьников 9-классов, который составляет 260-280 слов в минуту, в тексте, указанном мелким шрифтом, содержится 135 слов, и по мнению ПАО «Сбербанк», данное количество не превышает установленный норматив для чтения.

Хотелось бы обратить особое внимание на потребителей рекламы, это не только пешеходы, идущие по тротуару, но и водители транспортных средств, и пассажиры транспортных средств. Так как рекламная конструкция расположена на обочине 4-х полосной дороги и скорость на ул. Ленина, в районе дома №387, не имеет никаких ограничений и составляет согласно правилам дорожного движения в населенном пункте 60 км/ч, то можно рассчитать скорость передвижения транспортного средства на данном участке дороги.

$$60 \times 1000 / 3600 = 16.6 \text{ метров в секунду.}$$

$$260 \text{ сл/мин} / 60 \text{ сек} = 4.3 \text{ слова в секунду.}$$

Таким образом, потребитель рекламы, проезжающий за рулем или на пассажирском сидении транспортного средства, в период за 1 секунду, за которую при скорости 60 км/ч машина проезжает расстояние 16.6 метров успевает прочитать 4 слова. Для того, чтобы прочитать 135 слов, которые указаны мелким шрифтом в нижней части баннера, автомобилисту необходимо остановиться на полосе движения на 34 секунды, тем самым мешая другим участникам дорожного движения и создавая аварийную ситуацию на дороге.

Кроме того, скорость чтения не является единственным показателем при анализе навыка чтения, так как техника чтения - достаточно объемное понятие, включающее в свой состав, помимо скорости чтения, такие компоненты, как правильность, осознанность и выразительность чтения. Осознанное чтение текста позволяет выделять главную мысль, понимать явные и скрытые смыслы, подтексты.

Более того, проверка чтения по государственному нормативу, на которую ссылается ПАО «СБЕРБАНК», проводится в состоянии покоя, а не в движении, в помещении при достаточной освещенности, текст находится непосредственно перед тестируемым, текст написан удобным для чтения стандартным шрифтом.

Таким образом, условия при проверке чтения по государственному нормативу и условия восприятия потребителями рекламы информации на рекламном баннере кардинально различаются.

Следовательно, ссылка ПАО «Сбербанк» на государственный норматив чтения школьников является несостоятельной.

Необходимо отметить, что данная реклама распространяется посредством наружной рекламы, которая размещается на специальных рекламных конструкциях-призматроне (призматрон-рекламоноситель, визуальная поверхность которого, благодаря тому, что состоит из трёхгранных поворачивающихся призм, может изменяться). Через заданный промежуток времени призмы поворачиваются вокруг своей оси, демонстрируя по очереди каждую из трёх граней. Технические характеристики данной рекламной конструкции создают возможность

демонстрировать объект на значительном визуальном расстоянии, и информация указанная мелким шрифтом в нижней части рекламы, в которой содержатся условия предоставления кредита не доведена до потребителей, в связи со следующими особенностями ее размещения:

- реклама ПАО «СБЕРБАНК» размещена на рекламной конструкции-призматроне, и из-за того, что конструкция разрезана на полосы, текст указанный мелким шрифтом нечитаем, так как часть букв попадает в разрезы.

- данная реклама, являясь наружной, направлена на импульсное восприятие потребителями;

- значительный объем (9,5 строк) существенной информации указан мелким шрифтом;

- потребители, проезжающие на автотранспорте и пешеходы, проходящие по тротуару, рекламную информацию воспринимают сбоку.

Совокупность указанных особенностей распространения рекламы, лишает возможности потребителей получить полный текст рекламы, делая доступным только основной текст, в котором указано только одно из условий предоставления кредита- ставка по ипотеке от 5 % годовых.

Из вышесказанного следует вывод о фактическом отсутствии информации, указанной мелким шрифтом в нижней части рекламы, поскольку потребители рекламы просто не могут прочитать ее.

Информация, указанная мелким шрифтом в нижней части рекламы, является существенной, так как ее отсутствие вводит в заблуждение потребителей, умышленно создает об объекте рекламирования впечатление, которое на самом деле не соответствует действительности.

То обстоятельство, что в Законе не прописан размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку как следует из положений статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителя.

Согласно Протоколу № 16 Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и секции по рынку банковских услуг Экспертного совета по защите конкуренции на рынке финансовых услуг при ФАС РФ от 4 октября 2007 г., размер и способ доведения до потребителей сведений об условиях предоставления кредита в рекламе должен быть таким, чтобы условия воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на стоимость кредита, воспринимается потребителями указанным образом.

Информация об условиях предоставления банковского продукта – кредита, имеет решающее значение при выборе рекламируемой услуги, а значит должна быть должным образом доведена до потребителей рекламы.

Отсутствие существенной информации либо отображение в малодоступной форме вводит потребителя в заблуждение относительно условий предоставления рекламируемой финансовой услуги.

Согласно пункта 28 Постановления от 08.10.12 №58 Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации, рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать 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. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

По смыслу названных норм Закона № 38-ФЗ нормативно установленный запрет призван оградить потребителей рекламы от негативного искаженного восприятия рекламируемых финансовых услуг, условий их оказаний, а значит, такая информация должна быть должным образом доведена до потребителей рекламы.

Таким образом, в рекламе ПАО «СБЕРБАНК» допущены нарушения части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.06г. №38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 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, - (в ред. Федеральных законов от 23.07.2013 № 200-ФЗ, от 21.10.2013 № 274-ФЗ, от 29.06.2015 № 175-ФЗ) 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 с частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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, 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.

Место совершения административного правонарушения: г. Ставрополь, ул. Ленина, в районе дома №387.

Время совершения административного правонарушения: 18 ноября 2019.

У ПАО «СБЕРБАНК» имелась возможность обеспечить соблюдение законодательства о рекламе при распространении рекламы, но общество не приняло к тому разумных и адекватных мер, не проявило должную степень заботливости и осмотрительности, не организовало соответствующий контроль за соблюдением требований действующего законодательства, что является основанием в соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ для признания ПАО «СБЕРБАНК» виновным в совершении административного правонарушения.

На рассмотрении дела представителем ПАО «СБЕРБАНК» было заявлено что за период распространения вышеуказанной рекламы жалоб потребителей или вопросов по разъяснению рекламной информации не поступало.

Отсутствие жалоб граждан, по факту, явившемуся основанием для привлечения к административной ответственности, не свидетельствует о том, что потребители рекламы не вводились в заблуждение.

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.

Пленум ВАС РФ наделен в силу [ст. 126](#), [127](#) Конституции РФ правом давать разъяснения по вопросам судебной практики в целях ее единства.

В соответствии с Постановлением Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004г. №10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Совершенное ПАО «СБЕРБАНК» административное правонарушение в виде нарушения законодательства о рекламе посягает на установленный нормативными правовыми актами порядок общественных отношений в сфере производства, размещения и распространения рекламы.

Допущенное ПАО «СБЕРБАНК» правонарушение несет в себе существенную угрозу, поскольку следствием этого правонарушения являются посягательства на права потребителей на получение надлежащей рекламы, закрепленные статьей 1 Закона №38-ФЗ.

Действия Ставропольского УФАС России направлены на реализацию положений Конституции Российской Федерации, которая признает человека высшей ценностью общества (статья 2, 17).

В части 1 статьи 45 Конституции Российской Федерации гарантируется государственная защита прав и свобод человека и гражданина в Российской Федерации.

На основании вышеуказанного, должностное лицо Ставропольского УФАС России приходит к выводу о том, что правонарушение, совершенное ПАО «СБЕРБАНК» обладает повышенной опасностью и понятие «малозначительность» к нему неприменимо.

Статья 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях - замена административного наказания в виде административного штрафа предупреждением, содержит условия замены административного штрафа предупреждением.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам 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 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса.

В соответствии с частью 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, 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.

Согласно выписки из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства от 26.12.2019г. ПАО «СБЕРБАНК» не является субъектом малого и среднего предпринимательства, следовательно, на ПАО «СБЕРБАНК» не распространяется действие части 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 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.

В адрес Ставропольского УФАС России не было представлено никаких документов, указывающих на наличие исключительных обстоятельств, связанных с характером совершенного административного правонарушения, не представлено документов, характеризующих имущественное и финансовое положение юридического лица, привлекаемого к административной ответственности.

Таким образом, должностным лицом Ставропольского УФАС России при рассмотрении дела об административном правонарушении не установлено исключительных обстоятельств, связанных с характером совершенного административного правонарушения и его последствиями, имущественным и финансовым положением привлекаемого к административной ответственности юридического лица для применения части 3.2 статьи 4.1 КоАП РФ.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитывается характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В соответствии с пунктом 4 статьи 26.1 КоАП РФ при рассмотрении дела об административном правонарушении выяснению подлежат обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Отягчающих обстоятельств и смягчающих обстоятельств по делу об административном правонарушении в отношении ПАО «СБЕРБАНК» не установлено.

Согласно части 2 статьи 4.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, следует, что 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.

Таким образом, ПАО «Сбербанк» подлежит наказанию в пределах санкции части 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

С учетом субъективной и объективной стороны совершенного правонарушения должностным лицом Ставропольского УФАС России было принято решение о назначении административного штрафа, предусмотренного частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38 – ФЗ «О рекламе», статьями 2.1, 2.9; 4.1; 4.1.1; 4.2; 4.3, 4.4, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ПАО «СБЕРБАНК» /117997, г. Москва, ул. Вавилова, д.19, ИНН 7707083893, КПП 773601001, зарегистрировано в качестве юридического лица Управление Федеральной налоговой службы по г. Москве 16.08.2002 за ОГРН 1027700132195/виновным в совершении нарушения части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38 – ФЗ «О рекламе».

2. Назначить ПАО «СБЕРБАНК» /117997, г. Москва, ул. Вавилова, д.19, ИНН 7707083893, КПП 773601001, зарегистрировано в качестве юридического лица Управление Федеральной налоговой службы по г. Москве 16.08.2002 за ОГРН 1027700132195/ наказание в соответствии с частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в виде административного штрафа в размере **трехсот (300 000) тысяч рублей** .

В соответствии с частью 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.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе, зачисляются по следующим реквизитам:

**«Получатель» - УФК МФ РФ по СК (Ставропольское УФАС России),
ИНН 2634003887, КПП 263501001, Отделение Ставрополь г. Ставрополь,
р/с 40101810300000010005, БИК 040702001, ОКТМО 07701000.**

Код доходов бюджета 161 1 16 26000 01 6000 140. УИН 16100500000000385117.

**Назначение платежа: штраф за нарушение законодательства о рекламе по
Постановлению №026/04/14.3-2017/2019 от 27.12.2019 г.**

В случае отсутствия документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со дня вступления

постановления о наложении административного штрафа в законную силу, должностное лицо, вынесшее постановление, примет решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности по статье 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. В соответствии с частью 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

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 вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в судебном порядке по месту рассмотрения дела, в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Заместитель руководителя управления

Г.В. Золина