

Заместитель руководителя – начальник отдела Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл, рассмотрев протокол № 03-07/163-2018 от 13.12.2018 и материалы дела об административном правонарушении №03-07/163-2018 по факту нарушения кредитным потребительским кооперативом «Благодать» (ИНН 5246048072, ОГРН 1155246001239) пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе», выразившегося в распространении в газете «PRO город Йошкар-Ола» номер <...> (232) от 03.02.2018 на странице 15 ненадлежащей рекламы КПК «Благодать», ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в отсутствие КПК «Благодать», надлежащим образом извещенного о дате, месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении,

### **УСТАНОВИЛА:**

Марийским УФАС России возбуждено дело об административном правонарушении № 03-07/163-2018 в отношении КПК «Благодать» по факту нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении в газете «PRO город Йошкар-Ола» номер <...> (232) от 03.02.2018 на странице 15 ненадлежащей рекламы КПК «Благодать», ответственность за которое предусмотрена частью 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Уведомление о составлении протокола направлено заказным письмом с уведомлением по юридическому адресу КПК «Благодать» (исх. от 14.11.2018 №03-07/8746), а также направлена телеграмма.

Протокол об административном правонарушении № 03-07/163-2018 от 13 декабря 2018 года составлен начальником отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России в соответствии со статьями 28.2, 28.3 КоАП РФ, в отсутствие КПК «Благодать», надлежащим образом извещенного о дате и времени составления протокола об административном правонарушении.

Копия протокола с указанием даты, времени и места рассмотрения дела № 03-07/163-2018 (исх. № 03-07/9628 от 17.12.2018) направлена КПК «Благодать» заказным письмом с уведомлением о вручении по юридическому адресу кооператива.

Определением от 21.12.2018 (исх. №03-07/9980 от 26.12.2018) рассмотрение дела отложено в связи с отсутствием доказательств извещения КПК

«Благодать» по адресу регистрации индивидуального предпринимателя о дате и времени рассмотрения дела. Копия определения направлена по адресу регистрации предпринимателя, также направлена телеграмма.

Событие административного правоотношения выразилось в следующем.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) проведен мониторинг рекламы, размещенной в газете «ПРО город Йошкар-Ола», в ходе проведения которого установлен факт размещения в №05 (232) от 03 февраля 2018 года на странице 15 рекламы КПК «Благодать» о предоставлении услуг по приему денежных средств под очень выгодные проценты с признаками нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), следующего содержания:

Согласно статье 3 Закона 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.

Под объектом рекламирования понимают 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.

Из анализа текста рекламы КПК «Благодать» следует, что объектом рекламирования выступает указанный потребительский кооператив и услуги, оказываемые данной организацией.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи печатного издания, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В рассматриваемой рекламе используется словосочетание «Принимаем деньги под очень выгодные проценты».

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление), необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Исходя из указанной позиции, а также статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135 ФЗ «О защите конкуренции», письма ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15, под некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Указанная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с принципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых сведений о рекламодателях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом на использование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или неопределенных) недобросовестных способов привлечения внимания к объекту рекламирования.

Таким образом, некорректное сравнение может быть осуществлено как с конкретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой, услугой), так и в отношении неограниченного круга хозяйствующих субъектов-конкурентов и (или) их товаров.

В рассматриваемом случае применяется словосочетание «под очень выгодные проценты», однако не указано по сравнению с кем, в связи с чем

сделан данный вывод, не приведены соответствующие ссылки либо соответствующие подтверждающие доказательства.

Таким образом, некорректное сравнение очень выгодные проценты осуществлено КПК «Благодать» с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

Пунктом 29 Постановления установлено, что использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Употребление рассматриваемого в рекламе словосочетания «под очень выгодные проценты» направлено на создание превосходства услуг, оказываемых КПК «Благодать», следовательно, указанное словосочетание является сравнительной характеристикой объекта рекламирования.

Однако, в рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, с помощью которого указанная в рекламе информация об очень выгодных процентах может быть подтверждена или опровергнута объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение.

Таким образом, КПК «Благодать» при размещении рекламы с употреблением словосочетания «Под очень выгодные проценты» должен был указать конкретные критерии, на основании которых сделан данный вывод, но не сделал этого.

Следовательно, КПК «Благодать» нарушил требование пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

**Согласно статье 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц. При этом в силу пункта 6 названной статьи в перечень финансовых организаций включен и кредитный потребительский кооператив.**

Согласно пункту 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности

(доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности доходности вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора.

В рассматриваемой рекламе указано «принимаем деньги под очень выгодные проценты». Однако доказательства, подтверждающие возможность определения доходности вложений на момент заключения договоров, отсутствуют, следовательно, реклама нарушает пункт 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

КПК «Благодать» заключил договор №4085 от 08.04.2016 с ИП Карелиным Н.Ю., согласно которому исполнитель по заданию заказчика возмездно выполняет работы и/или услуги по производству и/или размещению рекламных и/или информационных материалов в средстве массовой информации информационно-рекламном еженедельнике «Pro город Йошкар-Ола», распространяемом на территории Республики Марий Эл.

Таким образом, рекламодателем является КПК «Благодать» рекламораспространителем - ИП К

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5, статьи 28 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Таким образом рекламодатель КПК «Благодать» должно соблюдать требования пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5, статьи 28 Закона о рекламе установлена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц от ста тысяч до пятисот тысяч рублей

Согласно пункту 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 предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него

меры по их соблюдению.

КПК «Благодать» не принял необходимых и достаточных мер для соблюдения законодательства о рекламе, хотя при должной внимательности и осмотрительности мог предвидеть последствия - возможность нарушения законодательства о рекламе, имел возможность выполнить возложенную на него обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предпринял всех зависящих от него мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

Антимонопольный орган на основе собранных по делу доказательств приходит к выводу о том, что вина КПК «Благодать» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе установлена.

Место совершения административного правонарушения: Республика Марий Эл.

Время совершения административного правонарушения: 03.02.2018 – дата выхода газеты «PROгород Йошкар-Ола»;

Состав административного правонарушения по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, совершенного КПК «Благодать» образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок производства, размещения и распространения рекламы;
- объективная сторона — [распространение рекламы](#) КПК «Благодать» с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе;
- субъект правонарушения – КПК «Благодать»;
- субъективная сторона - виновное совершение административного правонарушения, так как у КПК «Благодать» имелась возможность соблюдения законодательства о рекламе, но им не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

Следовательно, установлено, что имело место событие административного правонарушения и факт его совершения КПК «Благодать». Кроме того, имелись основания для составления протокола об административном правонарушении, юридические признаки (противоправность, виновность, наказуемость) и все элементы состава административного правонарушения, предусмотренные нормой права (объект, объективная сторона, субъект, субъективная сторона).

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ) не установлено.

Дополнительно должностным лицом Марийского УФАС России исследован

вопрос о малозначительности.

Согласно статье 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.

Как разъяснил Верховный Суд Российской Федерации в пункте 21 постановления Пленума от 24.03.2005 №5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» 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. При этом такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, характеризующими малозначительность правонарушения.

По смыслу статьи 2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Таким образом, административные органы обязаны установить не только формальное сходство деяния с признаками того или иного административного правонарушения, но и решить вопрос о социальной опасности деяния.

Действия КПК «Благодать» содержат нарушение законодательства о рекламе и свидетельствуют о пренебрежительном отношении предпринимателя к исполнению своих обязанностей по соблюдению норм в сфере законодательства о рекламе.

Совершенное КПК «Благодать» правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающей специальными познаниями.

Таким образом, оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, должностное лицо Марийского УФАС России пришло к выводу о том, что совершенное КПК

«Благодать» правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ), не установлено.

Обстоятельства, смягчающие административную ответственность, не установлены.

Обстоятельством, отягчающим административную ответственность, Марийское УФАС России признает привлечение КПК «Благодать» к административной ответственности за размещение ненадлежащей рекламы постановлением №03-07/72-2018 от 06.07.2018.

Основания для применения статьи 4.1.1 КоАП РФ не установлены.

Таким образом, должностное лицо, считает возможным назначить КПК «Благодать» административное наказание в виде штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

Руководствуясь ст. 2.1, 2.2, 2.10, 4.1, 4.2, 4.3, ч. 1 ст. 14.3, 23.48, ч. 1 ст. 29.9, 29.10 КоАП РФ, статьями 25, 33, 38 Закона о рекламе,

#### **Постановила:**

Привлечь кредитный потребительский кооператив «Благодать» (ИНН 5246048072, ОГРН 1155246001239) к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить наказание в виде штрафа в размере **100 000 (сто тысяч) рублей.**