

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения

город Омск Дело №

19 февраля 2018 года 06-07/17-2018/14.3

Врио руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России), рассмотрев протокол об административном правонарушении от 13 февраля 2018 года и другие материалы дела, возбужденного по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении общества с ограниченной ответственностью «АРИАДНА» микрокредитная компания (далее – ООО «АРИАДНА» МКК, Общество) ИНН 5503250670, ОГРН 1145543024197, местонахождение: 644024, г. Омск, ул. Т.К. Щербанева, 35,

в отсутствие законного представителя ООО «АРИАДНА» МКК (ходатайство от 15.02.2018 № 1324)

УСТАНОВИЛА:

Решением Комиссии Омского УФАС России от 07.02.2018 года по делу № 06-06/04-2018 реклама финансовых услуг ООО «АРИАДНА» МКК, размещенная в журнале «Антенна-Телесемь в Омске» № 50 от 13.12.2017 и № 52 от 27.12.2017, была признана ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

Комиссией Омского УФАС России также было принято решение о передаче материалов дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Настоящее дело об административном правонарушении было возбуждено протоколом от 13 февраля 2018 года № 06-07/17-2018/14.3.

В результате рассмотрения протокола об административном правонарушении и иных материалов дела должностным лицом, рассматривающим дело об административном правонарушении, установлено следующее.

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области выявлен факт распространения в декабре 2017 года в журнале «Антенна-Телесемь в Омске» № 50 и № 52 рекламы микрокредитной компании «Ариадна», содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе:

«Омская микрокредитная компания «Ариадна»

ЗАЙМЫ самые низкие %

Выгодный график платежей до 12 месяцев

Рефинансирование

Пусть в Новом году мечты сбываются! Ваша Ариадна

Офисы во всех районах города

Дополнительная информация по телефону 470-205 www.mfo-ariadna.ru

ООО «Ариадна» МКК Рег.№ 651403552005353 от 10.07.2014г. в гос.реестре МФО ЦБ РФ».

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Согласно [пункту 2](#) статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования - 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.

[Пункт 3](#) статьи 3 Федерального закона «О рекламе» содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса неопределенного круга лиц к компании «Ариадна» и к оказываемым ею услугам.

В пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее - Пленум Высшего Арбитражного суда Российской Федерации № 58) указано, что 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.

Учитывая разъяснения Пленума Высшего Арбитражного суда № 58, при использовании в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», «самый» и т.п., необходимо указывать конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

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

В распространенной рекламе использовано утверждение «самые низкие %», при этом критерии, по которым производилось сравнение, в рекламе указаны не были.

Отсутствие в рекламе критериев сравнения не дает возможность потребителю сформировать верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, допускает возможность проведения потребителями рекламы такого сравнения по любому критерию.

Термин «критерий» означает:

1. Мерило оценки, суждения.

Мерило - признак, свойство, на основе которого можно определить, оценить что-нибудь.

(С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений/Российская академия наук. Институт русского языка имени В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: «А ТЕМП», 2004).

2. Признак, на основании которого производится оценка, определение или квалификация чего-либо (Т.Ф. Ефремова. Современный толковый словарь русского языка. М.: АСТ, Астрель, 2006).

Учитывая лексическое значение термина, критерий является признаком, по которому проводится сравнение - процесс количественного или качественного сопоставления разных свойств (сходств, отличий, преимуществ и недостатков) двух и более объектов.

В силу [пункта 28](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда № 58 указано, что оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Рекламная информация должна быть изложена таким образом, чтобы потребитель был правильно проинформирован и имел возможность свободно и осознанно осуществлять свой выбор среди схожих на рынке товаров и услуг.

Потребители рассматриваемой рекламы, не обладающие специальными познаниями в области лингвистики, понимают рекламу буквально: компания «АРИАДНА» предоставляет займы под самые низкие проценты, нежели другие хозяйствующие субъекты, оказывающие аналогичные финансовые услуги по предоставлению займов.

Таким образом, возможность предоставления ООО «АРИАДНА» МКК займа под самый низкий процент заявлена в рекламе как одно из преимуществ оказываемой Обществом услуги.

При этом согласно представленному ООО «АРИАДНА» МКК мониторингу условий предоставления потребительских займов сравнение процентных ставок производилось среди микрофинансовых организаций, выдающих займы не на одинаковых условиях, в частности на разные сроки предоставления займов, от которых также зависит размер процентной ставки. Следовательно, представленная информация не может рассматриваться в качестве объективного подтверждения заявленной в рекламе информации о том, что Обществом предоставляются займы под самый низкий процент.

Учитывая изложенное, реклама ООО «АРИАДНА» МКК, в которой содержалось утверждение «самые низкие %» без указания в ней критерия, по которому осуществлялось сравнение, а также без его объективного подтверждения, нарушила

требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодаделец.

По информации ООО «ТелеСемь.Омск», рекламодателем указанной рекламы, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом, является ООО «АРИАДНА» МКК в силу договора № 02-/1216 от 02 декабря 2016 года на оказание услуг по размещению рекламы в журнале «Антенна-Телесемь в Омске».

Таким образом, ООО «АРИАДНА» МКК, имея возможность для соблюдения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и не приняв все зависящие от него меры по их соблюдению, распространив ненадлежащую рекламу, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно 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.

Местом совершения административного правонарушения является: г. Омск.

Временем совершения административного правонарушения является период распространения ненадлежащей рекламы, а именно: декабрь 2017 года.

Протокол по делу об административном правонарушении № 06-07/17-2018/14.3 был составлен 13 февраля 2018 года уполномоченным должностным лицом Омского УФАС России в отсутствие законного представителя ООО «АРИАДНА» МКК, заявившего ходатайство (вх. № 1156 от 09.02.2018) о составлении протокола об административном правонарушении в отсутствие представителя Общества.

На момент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки давности привлечения к административной ответственности, установленные статьей 4.5 КоАП РФ, не истекли.

Вина ООО «АРИАДНА» МКК в совершении административного правонарушения,

предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, доказана и подтверждается материалами дела об административном правонарушении № 06-07/17-2018/14.3.

При назначении наказания должностным лицом, рассматривающим дело № 06-07/17-2018/14.3, учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение ООО «АРИАДНА» МКК установленных Федеральным законом «О рекламе» требований, а также обстоятельства, вынуждающие его действовать в состоянии крайней необходимости, при рассмотрении дела не установлены.

Должностным лицом, рассматривающим дело № 06-07/17-2018/14.3, в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность ООО «АРИАДНА» МКК (статья 4.2 КоАП РФ), признан факт совершения Обществом административного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность ООО «АРИАДНА» МКК (статья 4.3 КоАП РФ), не выявлено.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на сайте Федеральной налоговой службы России <https://rmsp.nalog.ru> от 15.02.2018 № ЮЭ9965-18-2962733 ООО «АРИАДНА» МКК является субъектом малого и среднего предпринимательства – микропредприятием (дата внесения сведений в реестр 01.08.2016).

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации») субъекты малого и среднего предпринимательства - это хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям.

Часть 1 статьи 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» предусматривает, что к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации и соответствующие условиям, установленным [частью 1.1](#) настоящей статьи, хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели.

На основании части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ 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 частям 1, 2, 3 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. 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. 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 может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Оценив характер и обстоятельства совершенного ООО «АРИАДНА» МКК административного правонарушения, должностное лицо усмотрело основания для применения положений статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ, поскольку их применение в данной ситуации является справедливым, отвечающим принципу целесообразности юридической ответственности, характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения, соответствует как интересам лица, привлекаемого к ответственности, так и интересам государства.

Учитывая, что факт возбуждения административного дела сам по себе уже выполняет предупредительную функцию, вынесение предупреждения по данному делу обеспечивает соответствующую защиту охраняемым законом государственным и общественным интересам.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, частью 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПО С Т А Н О В И Л А:

Признать общество с ограниченной ответственностью «АРИАДНА» микрокредитная компания виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и применить к Обществу меру ответственности, предусмотренную частью 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в виде предупреждения за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

По истечении этого срока необжалованное и неопротестованное постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу и обращается к исполнению.