

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 62р-17/77-04-16р

об административном правонарушении

«22» июня 2017 года

г. Киров

Заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 62р-17/77-04-16р от 29.05.2017, составленный в отношении должностного лица -директора Общества с ограниченной ответственностью <...> в связи с нарушением п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»),

### УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 77/04-16р (резюлютивная часть решения оглашена 04 апреля 2017 года, в полном объеме решение изготовлено 17 апреля 2017 года) признана ненадлежащей реклама следующего содержания: «<...>», так как она противоречит п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Федерального закона от «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление физического лица (вх. № 6048 от 30.09.2016 г.) о нарушении рекламного законодательства при размещении на металлоконструкции, размещенной на ул. Дзержинского напротив АО «<...>», находящегося по адресу г. Киров, <...>, информации следующего содержания: «<...>

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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 понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация следующего содержания: «<...>», размещенная на металлоконструкции на ул. <...>, адресована неопределенному кругу лиц, в том числе пешеходам, пассажирам и водителям транспортных средств, поскольку размещена рядом с тротуаром, вблизи автомобильной дороги, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

Согласно п. 1 ч. 3 ст. 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;

В соответствии с п.29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", 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 ([пункт 1 части 3 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе»).

Вышеуказанная рекламная информация содержит нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», так как в спорной рекламной информации отсутствует конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение фразы «<...>».

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу финансовых услуг и финансовой деятельности. Соответственно для квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования являются услуги либо деятельность, относящиеся к финансовым.

Согласно пункту 2 статьи 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 основным содержательным признаком отнесения той или иной услуги к финансовой, указанным в [пункте 2 статьи 4](#) Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», является существо осуществляемой деятельности - то есть привлечение

или размещение денежных средств физических и юридических лиц либо одновременное привлечение и размещение таких денежных средств.

Согласно [пункту 6 статьи 4](#) Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Согласно ст. 1 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» кредитная организация - юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка Российской Федерации (Банка России) имеет право осуществлять банковские операции, предусмотренные настоящим [Федеральным законом](#). Кредитная организация образуется на основе любой формы собственности как хозяйственное общество. Банк - кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

Согласно ч. 1 ст. 6 Закона РФ от 27.11.1992 № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации», страховщики - страховые организации и общества взаимного страхования, созданные в соответствии с законодательством Российской Федерации для осуществления деятельности по страхованию, перестрахованию, взаимному страхованию и получившие лицензии на осуществление соответствующего вида страховой деятельности в установленном настоящим Законом порядке.

Согласно информации, представленной на официальном сайте <...>следующего содержания: <...> услуги страхования среди прочих оказывают страховые организации СПАО «Ингосстрах», «СК «Согласие», услуги кредитования среди прочих оказывает ООО «Русфинанс Банк».

Таким образом, указанные в спорной рекламной информации услуги – «*Страхование и кредит*» подпадают под определение «финансовая услуга», установленное Федеральным законом от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», следовательно, спорная рекламная информация является рекламой финансовых услуг.

Потребителю важно знать, какое лицо делает заманчивое предложение по страхованию, кредитованию, займам и о денежных вложениях. Поэтому в рекламе банковских, страховых и иных финансовых услуг в обязательном порядке следует указывать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги.

Установление требований к рекламе финансовых услуг является важной и необходимой мерой, позволяющей защитить интересы потребителей страховых и финансовых услуг.

Следовательно, наименование организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Наименование - индивидуализирующий признак организации. Требования Федерального закона «О рекламе» предусматривают обязательность указания наименования юридического лица или индивидуального предпринимателя при размещении рекламы банковских, страховых и иных финансовых услуг. Наименование юридического лица включает в себя кроме непосредственного названия обязательное указание на его организационно-правовую форму (ООО, ОДО, АО, ЗАО и иные). Для индивидуального предпринимателя обязательно указание фамилии, имени и отчества. Несоблюдение этого правила является основанием для признания рекламы ненадлежащей.

Реклама, объектом рекламирования которой является финансовая услуга, должна содержать полное наименование лица, оказывающего услугу.

В спорной рекламной информации «<...>» не содержится наименование лица, предоставляющего рекламируемые финансовые услуги.

Таким образом, распространение спорной рекламной информации без указания лица, оказывающего рекламируемые финансовые услуги, противоречит требованиям [части 1 статьи 28](#) Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несут рекламодатель и рекламодателем.

Реклама размещена на металлоконструкции, которую, согласно условиям договора аренды рекламной площади от 26.08.2016 г., заключенного между <...> и собственником данной конструкции - <...> занимает ООО <...> соответственно, рекламодателем является ООО <...> как лицо, обладающее правом пользования рекламной конструкцией на основании договора с её собственником.

Таким образом, действия ООО «<...>», выразившиеся в определении содержания и распространении спорной рекламной информации, не соответствуют

требованиям п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Решением установлено, что ООО <...> являясь лицом, определившим объект рекламирования и распространившим спорную рекламу, является рекламодателем и рекламораспространителем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе 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.

О дате, времени и месте рассмотрения протокола должностное лицо директор уведомлен надлежащим образом (уведомление вручено 02.06.2017), явку не обеспечил.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 12.10.2016 (размещение рекламной информации: «<...>», адрес: г. Киров, ул. Дзержинского напротив АО «<...>», находящегося по адресу г. Киров, <...>).

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях ООО «<...>», выразившийся в определении содержания и распространении рекламы следующего содержания: «<...>», размещенной по адресу: г. нарушающей требования п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия должностного лица по определению содержания и распространению рекламы следующего содержания: «<...>», в нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

В силу части 2 ст. 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.

Субъективная сторона административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку директор Общества не предвидел возможности наступления вредных последствий, хотя должен был и мог их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение совершено по вине должностного лица в форме неосторожности.

Место совершения административного правонарушения: место размещение рекламной информации на металлоконструкции следующего содержания: «<...>», адрес: г. Киров, ул. Дзержинского напротив АО «<...>», находящегося по адресу г. Киров, ул. <...> В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 62р-17/77-04-16р от 29.05.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 77/04-16р.

В соответствии со ст. 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.

Совершенные должностным лицом действия по определению объекта рекламирования и распространению рекламы на металлоконструкции следующего содержания: «<...>», в нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которое выразилось в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения директора от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установлено оказание лицом содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении в выявлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

В соответствии с частью 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 части 1, 2 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.

Поскольку согласно информации на сайте <https://rmsp.nalog.ru/> ООО «<...>» включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, совершено должностным лицом Общества впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к должностному лицу Общества меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь ст. 3, п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### **ПОСТАНОВИЛ:**

1.Признать должностное лицо – директора <...>виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2.Применить к должностному лицу – директору <...>меру ответственности в виде предупреждения.

*В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.*

*Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ 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.*

Заместитель руководителя – начальник отдела

товарных рынков и естественных монополий

<...>