

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы Волгоградской области Никуйко Ирина Борисовна, рассмотрев протокол и материалы дела № 17-03-14.3-02/487 об административном правонарушении, возбужденного в отношении директора ООО «Ломбард Руно» Романова Р.Г. по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП РФ),

в присутствии представителя по доверенности от 07.08.2017 Сторожева И.А.

УСТАНОВИЛ:

07 августа 2017 г. заместителем начальника отдела контроля государственного и муниципального заказа, недобросовестной конкуренции и рекламы Волгоградского УФАС России составлен протокол об административном правонарушении в отношении директора ООО «Ломбард Руно» Романова Р.Г., где было установлено следующее.

В Волгоградское УФАС России поступило заявление (вх. № 10119 от 03.11.2016) с жалобой на нарушение Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившееся в распространении по адресу: пр. Ленина, д. 44, г. Волжский рекламы финансовых услуг ООО «Ломбард Руно» следующего содержания: *«Ставка займа снижена до 5 % в месяц»*.

Заявитель указал, что на жилом здании, расположенном по адресу пр. Ленина, д. 44, г. Волжский, Волгоградская область размещена реклама, указывающая на предоставление финансовых услуг «Ломбард Руно». В данной рекламе содержатся сведения о том, что ставка займа снижена на 5 % в месяц. Какие-либо иные условия оказания финансовой услуги отсутствуют, что, по мнению заявителя, нарушает ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), реклама – это 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания;
- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту

рекламирования и его продвижение на рынке;

Объектом рекламирования выступают финансовые услуги (займы) «Ломбард Руно».

В соответствии со ст. 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» от 13.07.2015 ломбардом является юридическое лицо - специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

Ломбарды вправе осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в порядке, установленном Законом о потребительском кредите (займе).

Ломбард должен иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Ломбард вправе иметь также полное фирменное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках. Фирменное наименование ломбарда должно содержать слово «ломбард» и указание на его организационно-правовую форму.

Согласно ч. 1 ст. 28 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).

В соответствии со [ст. 54](#) Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

В рассматриваемой в данном деле рекламе в названии ломбарда отсутствует организационно-правовая форма лица.

Доводы представителя Сторожева И.А. о возможности применения в данном случае выводов решения Высшего арбитражного суда по конкретному делу (определение Высшего арбитражного суда РФ от 31.03.2014 № ВАС3440/14 по делу № А70-3054/2013), Волгоградское УФАС России посчитало необоснованными, так как вывод суда о том, что не указание на организационно-правовую форму лица не вводит потребителя в заблуждение относительно самой финансовой организации (об отсутствии признаков нарушения ч.7 ст.5 и ч.1 ст. 28 Закона о рекламе).

При этом (в отличие от приводимого стороной в качестве прецедента деле) не квалифицированы признаки нарушения ч.7 ст.5 Закона о рекламе (отсутствие части существенной информации, что вводит потребителя в

заблуждение).

Согласно [пункту 1 статьи 4](#) Федерального закона от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» общество должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке.

Полное фирменное наименование общества на русском языке должно содержать полное наименование общества и слова «с ограниченной ответственностью». Сокращенное фирменное наименование общества на русском языке должно содержать полное или сокращенное наименование общества и слова "с ограниченной ответственностью" или аббревиатуру ООО.

С учетом изложенного наименование общества с ограниченной ответственностью является только фирменным (полным или сокращенным), и под этим термином понимается указание организационно-правовой формы и собственно наименования юридического лица. Фирменное наименование является средством индивидуализации юридического лица, поэтому указание в рекламе только произвольной части наименования не может быть признано предоставлением потребителям надлежащей информации о лице, оказывающем финансовые услуги.

Также согласно [п. 1 ст. 54](#) Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на организационно-правовую форму, а в случаях, когда законом предусмотрена возможность создания вида юридического лица, указание только на такой вид. Наименование некоммерческой организации и в предусмотренных законом случаях наименование коммерческой организации должны содержать указание на характер деятельности юридического лица.

[Ст. 1473](#) Гражданского кодекса Российской Федерации также предусмотрено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица. Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности ([часть 2](#)). Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушение ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Согласно ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Законом о потребительском кредите (займе), для заёмщика и влияющие на неё.

Согласно постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

Согласно письму ФАС России от 31.07.2014 № АД/30890/14 «О рекламе финансовых услуг» к условиям, определяющим полную стоимость кредита, могут быть отнесены: сумма потребительского кредита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки - порядок ее определения.

В ходе рассмотрения дела Волгоградскому УФАС России были представлены копия залогового билета, общие условия потребительского займа и правила предоставления займов ООО «Ломбард Руно», из которых следует, что расчет процентов производится исходя из схемы $5\% \times 12$, то есть 60 % процентов годовых за двенадцать месяцев вне зависимости от количества дней в месяце, такие доводы приводились Сторожевым И.А. на протяжении всего рассмотрения дела. Однако из полученных от ЦБ РФ сведений стало известно, что в отчете за 4 квартал 2016 процентная ставка составила 76,3 годовых.

Волгоградское УФАС России приняло объяснения ООО «Ломбард Руно» о том, что в связи с изменением процентной ставки займа с ноября 2016 года, данные отчета за 4 кварта 2016 года (октябрь-ноябрь) не могут свидетельствовать о недостоверности информации о процентной ставке займа в рекламе (в расчет за 4 квартал включены сведения за октябрь).

Вместе с тем, с учетом вышеизложенного Волгоградское УФАС России пришло к следующим выводам: указанная в рекламе процентная ставка по займу за месяц (5%) является одним из условий, влияющих на стоимость займа. Полная стоимость займа, определяемая в соответствии с Законом о

потребительском кредите (займе), устанавливается в процентах годовых. Никакие другие условия, определяющие полную стоимость займа кроме указания на 5% в месяц в рекламе не указаны. Потребителю однозначно определить полную стоимость займа в процентах годовых исходя из имеющейся в рекламе информации невозможно. В том числе в связи с тем, что из рекламы неясен порядок расчета процентов (сложный или простой процент) и другие условия.

Соответственно условие займа, указанное в рекламе «ставка займа снижена до 5 % в месяц», является недостаточным для определения полной стоимости займа, что нарушает ч.3 ст. 28 Закона о рекламе.

Таким образом, рассматриваемая реклама «Ставка займа снижена до 5 % в месяц» нарушает требования ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

По результатам рассмотрения дела № 16-03-28-02/791 реклама «Ставка займа снижена до 5 % в месяц» по адресам г. Волгоград: проспект Канатчиков, д. 19, проспект героев Сталинграда, д. 37, ул. Рабоче-Крестьянская, д. 9, ул. Маршала Еременко, д. 128, ул. Казахская, д. 25, ул. Николая Отрады, 13м, г. Волжский: пр. Ленина, д. 44, признана ненадлежащей, нарушающей требования ч. 1., ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

Нарушение рекламоделателями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе в силу ч. 4 ст. 38 ФЗ «О рекламе» влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

ООО «Ломбард Руно» является рекламоделателем указанной рекламы.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 рекламоделатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 и 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Для составления протокола в адрес генеральный директор ООО «Ломбард Руно» Романова Р.Г. направлено уведомление о составлении протокола (исх. № 02-17/4488 от 17.07.2017, получено 20.07.2017 уведомление 40000510864718).

При составлении протокола представитель по доверенности Сторожев И.А. полностью поддержал объяснения и доводы, которые были даны в рамках рассмотрения дела № 16-03-28-02/791.

В соответствии со ст. 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Под должностным лицом в КоАП РФ следует понимать лицо, постоянно,

временно или в соответствии со специальными полномочиями осуществляющее функции представителя власти, то есть наделенное в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от него, а равно лицо, выполняющее [организационно-распорядительные](#) или [административно-хозяйственные](#) функции в государственных органах, органах местного самоуправления, государственных и муниципальных организациях, а также в Вооруженных Силах Российской Федерации, других войсках и воинских формированиях Российской Федерации. Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники иных организаций, арбитражные управляющие, а также совершившие административные правонарушения, предусмотренные [статьями 9.22, 13.25, 14.24, 14.25, 14.55, 14.56, 14.61, 15.17 - 15.22, 15.23.1, 15.24.1, 15.26.1, 15.26.2, 15.29 - 15.31, 15.37, 15.38, частью 9 статьи 19.5, статьями 19.7.3, 19.7.12](#) КоАП РФ, члены советов директоров (наблюдательных советов), коллегиальных исполнительных органов (правлений, дирекций), счетных комиссий, ревизионных комиссий (ревизоры), *ликвидационных комиссий юридических лиц и руководители организаций*, осуществляющих полномочия единоличных исполнительных органов других организаций, физические лица, являющиеся учредителями (участниками) юридических лиц, руководители организаций, осуществляющих полномочия единоличных исполнительных органов организаций, являющихся учредителями юридических лиц, несут административную ответственность как должностные лица (ст. 2.4 КоАП РФ).

Формы вины закреплены в ст. 2.2 КоАП РФ.

Должностное лицо, рассматривающее дело приходит к выводу, что Романов Р.Г. не обеспечил должного контроля за деятельностью Общества, допустив распространение рекламы, несоответствующей требованиям Закона о рекламе, при этом не предвидел возможности наступления вредных последствий своих действий.

У генерального директора ООО «Ломбард Руно» Романова Р.Г. имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению

В действиях генерального директора ООО «Ломбард Руно» Романова Р.Г. содержится состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, - нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 ст. 14.3 КоАП РФ, ст. ст. 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ.

Объектом правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ,

являются общественные отношения в области рекламы, а также регламентированный порядок осуществления предпринимательской деятельности.

Объективную сторону состава административного правонарушения образует размещение рекламы, нарушающей требования законодательства о рекламе.

Правонарушение, предусмотренное ч 1 ст. 14.3 КоАП РФ, представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям пренебрежительным отношением лица к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к требованиям, предусмотренным Законом о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусматривает наступление административной ответственности вне зависимости от наличия/отсутствия отрицательных последствий распространения ненадлежащей рекламы.

Как указано в п. 19.1 постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», однородными считаются правонарушения, ответственность за совершение которых предусмотрена одной статьей Особенной [части](#) КоАП РФ.

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 4.3. КоАП РФ повторное совершение однородного административного правонарушения - совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию в соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ за совершение однородного административного правонарушения.

Изменения в КоАП РФ, связанные с поддержкой субъектов малого и среднего предпринимательства, вступили в силу с 04.07.2016.

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](#) КоАП РФ или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [ч. 2 ст. 3.4](#) КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных [ч. 2](#) ст.4.1.1 КоАП РФ (ч. 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ).

Предупреждение - мера административного наказания, выраженная в

официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

Статья 4.1.1 КоАП РФ применяется при выявлении нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, в т.ч. ст. 14.3 КоАП РФ при наличии обстоятельств, установленных ч. 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ в совокупности с положениями ч. 2 ст. 3.4. КоАП РФ.

Ч. 2 ст. 3.4 КоАП РФ установлено, что 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.

Таким образом, должностным лицом при рассмотрении дела установлены обстоятельства, предусмотренные частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ (правонарушение совершено впервые, угрозы вреда жизни и здоровью людей, имущественного ущерба нет).

На основании статьи 3 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (далее - ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ») 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.

Согласно реестру субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенному на сайте Федеральной налоговой службы <https://mrsp.nalog.ru/search.html>, ООО «Ломбард Руно» является микропредприятием.

Должностное лицо, рассматривающее дело, в данном случае усматривает основания для применения ст. 4.1.1 КоАП РФ и для замены административного наказания должностному лицу в виде административного штрафа на предупреждение.

Руководствуясь статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 24.5, частью 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать генерального директора ООО «Ломбард Руно» Романова Р.Г. виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

На основании статьи 4.1.1 КоАП РФ заменить административный штраф на предупреждение.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела. Постановление по делу об административном правонарушении, совершенном юридическим лицом или лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, обжалуется в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством.

На основании статьи 30.3 КоАП жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1 КоАП 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.