

ООО «Шексна-Информ»

« ___ » _____ 2015г. № _____

162562, Вологодская область, п. Шексна,
ул. Энергетиков, 7-5

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о прекращении производства по делу
об административном правонарушении № 29Р/15

25 августа 2015 года

г. Вологда

Я, и.о. заместителя руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области Мухин Артем Сергеевич,

рассмотрев протокол и материалы дела № 29Р/15 об административном правонарушении, совершенном ООО «Шексна-Информ», (далее – Общество),

а составления (число, месяц, год) протокола: 12.08.2015 год,

адрес: 162562, Вологодская область, п. Шексна, ул. Энергетиков, 7-5,

УСТАНОВИЛ:

должностным лицом Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено на стр. 1: № 30 от 05.09.2014г. в газете «Шексна-Информ» распространение рекламы: «входные и межкомнатные двери кредит, большой выбор, короткие сроки, установка. Юбилейная, 10 т.: 8-909-595-33-03 ТЦ «Шанталь», 3 этаж, оф. 34 а т: 2-15-60; 2-35-41».

Данная реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не содержит наименование или имя лица, оказывающего эти услуги, т.е. нарушает требование части 1 статьи 28 Закона «О рекламе».

Рекламораспространитель - Общество.

В данной рекламе, содержащей рекламу банковских, финансовых услуг отсутствует наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество; отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Решением комиссии Управления ФАС по Вологодской области от 15.07.2015 года № 27/2015 данная реклама признана ненадлежащей, так как не соответствует требованиям части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» определено, что 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона «О рекламе» определяет, что объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама, а пункт 3 статьи 3 - товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В силу части 1 статьи 28 Закона «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество).

Информация, указанная в рекламе, не содержит всех существенных сведений о предоставлении услуги кредитования.

В силу части 1 статьи 819 Гражданского кодекса Российской Федерации под кредитом понимаются денежные средства, предоставленные заемщику банком или иной кредитной организацией (кредитором) по кредитному договору в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Предоставление кредитов является банковской услугой, которая согласно пункту 2 статьи 4 ФЗ «О защите конкуренции», относится к финансовым услугам. В соответствии с пунктом 6 статьи 4 ФЗ «О защите конкуренции», финансовой организацией является хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги.

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 ([пункт 2 статьи 7](#) ФЗ "О защите конкуренции").

В силу пункта 1 и 4 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Наименования некоммерческих организаций, а в предусмотренных законом случаях наименования коммерческих организаций должны содержать указание на характер деятельности юридического лица. Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование.

В соответствии со статьей 7 Федерального закона от 02.12.1990 N 395-1 "О банках и

банковской деятельности" фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов "банк" или "небанковская кредитная организация".

В силу статьи 5 Федерального Закона от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» понятие «Кредит» относится к банковским операциям, осуществление которых производится на основании лицензии, выданной Центральным Банком Российской Федерации.

Указание в рекламе на предоставление услуги «кредит», понимается как реклама банковской операции, если иное не будет следовать из указанной рекламы.

Таким образом, поскольку указанная реклама не содержит иного, в силу статьи 819 Гражданского Кодекса Российской Федерации и статьи 5 Федерального Закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» понятие «кредит» относится к банковским операциям, а его реклама должна соответствовать требованиям статьи 28 Закона «О рекламе».

Использование слова «кредит» в рекламе, распространенной Обществом, указывает на то, что потребители могут воспользоваться финансовыми услугами по приобретению товаров в кредит, предоставляемыми финансовыми организациями. При таких обстоятельствах рекламный текст должен содержать сведения, которые бы позволили потребителю отличить финансовые услуги, оказываемые банком, от продажи обществом товаров в рассрочку или кредит.

Объективное комплексное восприятие спорной рекламы (с учетом содержания и целей таковой, правоотношений общества с банком и адекватной реакции потребителей рекламы) подтверждает ее действительную направленность также и на привлечение внимания потенциальных заемщиков к получению ипотечного кредита.

Указание правильных реквизитов организации, предоставляющей услуги по ипотеке, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Вместе с тем, рекламная информация не содержит сведений о лицах, оказывающих услугу по кредитованию, то есть сведений, которые в силу части 1 статьи 28 Закона «О рекламе» являются обязательными.

Таким образом, реклама не соответствует требованиям части 1 статьи 28 Закона «О рекламе».

В силу пункта 4 статьи 3 Закона «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рекламораспространителем данной рекламы, т.е. лицом осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, является Общество, что подтверждается свидетельством о регистрации средства массовой информации от 01.11.2013 года выданным Управлением Роскомнадзора по Вологодской области ООО «Шексна Информ».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламораспространитель несет ответственность за нарушение части 1 статьи 28 названного Федерального

закона.

За нарушения рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем, предусмотренные Законом «О рекламе», наступает ответственность по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП).

Указанные выше обстоятельства явились достаточными для возбуждения в отношении Общества дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно материалам дела субъектом данного правонарушения является Общество.

Объектом правонарушения являются общественные отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы.

Объективной стороной правонарушения является распространение ненадлежащей рекламы

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Общество признает нарушение законодательства о рекламе. Нарушение рекламного законодательства произошло впервые и исправлено, отсутствие умысла в действиях Общества, ранее Общество не привлекалась к административной ответственности.

Вина Общества выразилась в несоблюдении им законодательства о рекламе, что подтверждается материалами дела.

При таких обстоятельствах, в действиях Общества имеется состав правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии со статьей 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 указано в Постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 15.07.1999 N 11-П, санкции штрафного характера должны отвечать вытекающим из Конституции Российской Федерации требованиям справедливости и соразмерности. Принцип соразмерности, выражающий требования справедливости, предполагает установление публично-правовой ответственности лишь за виновное деяние и ее дифференциацию в зависимости от тяжести содеянного, размера и характера причиненного ущерба, степени вины правонарушителя и иных существенных обстоятельств, обуславливающих индивидуализацию при применении взыскания. Указанные принципы привлечения к ответственности в равной мере относятся к физическим и юридическим лицам.

Согласно пункту 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда

Российской Федерации от 02.06.2004 №10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» малозначительность административного правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

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

Смягчающим административную ответственность (ст. 4.2. КоАП РФ) обстоятельством признается раскаяние Общества.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, не установлено.

Оценив характер и степень общественной опасности административного правонарушения, допущенного Обществом, принимая во внимание, что:

Общество нарушение признало и раскаивается;

правонарушение совершено впервые;

правонарушение добровольно устранено;

отягчающие обстоятельства отсутствуют;

реклама не содержит какой-либо угрозы охраняемым общественным отношениям, не причинила существенного вреда интересам граждан, общества и государства. Учитывая убыточную финансовую деятельность Общества, наложение штрафа может привести к банкротству Общества.

Руководствуясь статьей 2.9 КоАП РФ, положениями Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 №10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» можно сделать вывод о малозначительности совершенного административного правонарушения.

Указанные обстоятельства свидетельствует о том, что предупредительная цель административного производства достигнута.

На основании ст. ст. 2.9, ч. 1 ст. 14.3, 23.48, 29.9 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Производство по делу № 29Р/15 об административном правонарушении в

отношении ООО «Шексна-Информ» по признакам нарушения части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях прекратить в связи с малозначительностью административного правонарушения.

2. В соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ освободить ООО «Шексна-Информ» от административной ответственности, объявив устное замечание.
3. Настоящее постановление может быть обжаловано в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления руководителю Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области либо в суд.
4. Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ 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.

И.о. зам. руководителя Управления _____

А.С. Мухин

Федеральной антимонопольной

подпись

службы по Вологодской области

Гербовая печать

Постановление получил: _____

« ____ » _____ 2015 года

подпись