

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу об административном
правонарушении №03-03/17-2016

27 апреля 2016 года

г. Петрозаводск

Я, врио руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Карелия (далее - Карельское УФАС России) Бабкин Константин Евгеньевич, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении должностного лица <>ООО «Авторитет» по факту нарушения требований части 1 статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в присутствии,

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Карельского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе от 08 октября 2015 года по делу №03-02/26-2015 реклама «ДЕНЕЖНЫЕ ЗАЙМЫ; 0,7% в день*; льготные условия для пенсионеров; КАССА взаимопомощи; г. Сегежа, ул. Антикайнена, д.12; Тел.: 8(81431) 44-00-2, 8-911-438-84-45; только по паспорту! Вместе в трудную минуту» в части занимающей около 23% рекламного модуля «*Заем предоставляется наличными денежными средствами на срок до 32 дней с возможностью пролонгации при условии уплаты процентов по окончании срока займа. Размер займа составляет от 1 тыс.руб. до 35 тыс.руб. Размер процентной ставки по займу определяется в процентном отношении от размера займа и составляет в день 1% (365% годовых); для пенсионеров - 0,7% в день (255,5% годовых). Вся информация предоставляется при обращении или на сайте www.creditcassa-January.ru. Услуга предоставляется ООО «Касса Взаимопомощи Январь», регистрационный номер записи в государственном реестре МФО 651403111005304 от 30 июня 2014 года», размещенная в газете «Мой город Сегежа» от 02 июля 2015 года №25(485), была признана ненадлежащей, нарушившей требования части 1 статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Основанием для принятия комиссией соответствующего решения послужило поступившее в адрес антимонопольного органа заявление (вх. от 17 июля 2015 года №3758) <> (далее – заявитель).

Из заявления следовало, что в вышеуказанной рекламе существенная информация, имеющая особую важность для читателей и потенциальных потребителей предлагаемой услуги выдачи займов, размещена маленькими

расплывчатыми буквами внизу объявления и является нечитаемой. Указанное приводит к тому, что, потребитель не может ознакомиться с содержанием рекламы и принять правильное для себя решение.

Рассмотрев материалы дела, комиссия пришла к следующим выводам.

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26 июля 2006 года №135-ФЗ «О защите конкуренции» предусмотрено, что под финансовой услугой понимается 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.

Рассматриваемый рекламный модуль полностью соответствуют понятию рекламы, так как круг лиц не может быть заранее определен в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования – финансовых услуг по предоставлению займов, призвана формировать и поддерживать интерес к ООО «Касса Взаимопомощи Январь» и оказываемым им услугам, способствует продвижению их на рынке.

Пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

На основании части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно части 1 статьи 28 ФЗ «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).

Исходя из пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают

воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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 Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Как видно из газеты «Мой город Сегежа» от 02 июля 2015 года №25, представленной Заявителем, рекламный блок «Касса взаимопомощи» имеет размер 65x84мм, текст рекламного сообщения условно можно разделить на две информационные части:

- основная часть (занимает около 77% рекламной площади), написанная крупным шрифтом: «ДЕНЕЖНЫЕ ЗАЙМЫ; 0,7% в день*; льготные условия для пенсионеров; КАССА взаимопомощи; г. Сегежа, ул. Антикайнена, д.12; Тел.: 8(81431) 44-00-2, 8-911-438-84-45; только по паспорту! Вместе в трудную минуту»;

- часть, занимающая около 23% рекламной площади, написанная мелким, трудным для восприятия шрифтом, однозначно прочитать которую не представляется возможным даже при использовании увеличительных приборов.

Из электронного макета указанной рекламы, представленного ООО «Авторитет», следует, что часть, написанная мелким, трудным для восприятия шрифтом имеет следующее содержание: «*Заем предоставляется наличными денежными средствами на срок до 32 дней с возможностью пролонгации при условии уплаты процентов по окончании срока займа. Размер займа составляет от 1 тыс.руб. до 35 тыс.руб. Размер процентной ставки по займу определяется в процентном отношении от размера займа и составляет в день 1% (365% годовых); для пенсионеров - 0,7% в день (255,5% годовых). Вся информация предоставляется при обращении или на сайте www.creditcassa-January.ru. Услуга предоставляется ООО «Касса Взаимопомощи Январь», регистрационный номер записи в государственном реестре МФО 651403111005304 от 30 июня 2014 года.»

Как следует из пункта 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – постановление Пленума ВАС №58), если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Пунктом 25 постановления Пленума ВАС №58 определено, что в соответствии с

частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

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.).

Вместе с тем рекламодаделец не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, которые понесет заемщик, воспользовавшись рекламируемой банковской услугой. Достаточно перечисления таких расходов.

В то же время к информации, определяющей фактическую стоимость кредита, не может быть отнесена информация о неблагоприятных последствиях нарушения договора на оказание финансовых услуг, которые может понести заемщик при неисполнении обязательства, поскольку указанные последствия не могут быть определены рекламодавцем до возникновения факта нарушения соответствующих условий договора.

В соответствии с письмом ФАС России от 11 сентября 2012 года №АК/29603, при оценке рекламы, содержащей информацию, указанную мелким, трудным для восприятия шрифтом, следует учитывать то, что, исходя из понятия рекламы она предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

При этом то обстоятельство, что нормами ФЗ «О рекламе» не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку как следует из положений статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

С учетом изложенного, в случае когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствуют в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признать, что данные сведения не были доведены для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Согласно имеющейся в материалах дела информации, рассматриваемый

рекламный модуль размещается на основании договора на размещение рекламы и рекламно-информационных материалов в газете «Мой город Сегежа» от 15 мая 2014 года (далее – Договор), заключенного между ООО «Авторитет» и ООО «Касса Взаимопомощи Январь».

В соответствии с Договором (п. 1.1, п.2.1.1, п. 2.1.2) ООО «Авторитет» принимает на себя обязательства по размещению рекламных материалов в газете «Мой город Сегежа». ООО «Касса Взаимопомощи Январь» обязуется направить ООО «Авторитет» заказ на размещение рекламного материала в издании и представить всю необходимую информацию для изготовления оригинала - макета не позднее 18 часов понедельника, а также утвердить оригинал-макет рекламного материала в течение 2 часов с момента его представления.

Таким образом системное толкование вышеуказанных пунктов Договора позволяет признать ООО «Авторитет» рекламопроизводителем, то есть лицом, осуществившим приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму (рекламного модуля).

Довод ООО «Авторитет» о том, что не читаемость текста рекламы явилась следствием плохого качества печати (смазывание текста) допущенного типографией ООО «4+4», отклоняется комиссией в силу следующего.

Как установлено из материалов дела 14 января 2009 года между ООО «Авторитет» и ООО «4+4» (далее – типография) заключен договор на выполнение полиграфических работ, в соответствии с предметом которого, типография обязуется выполнять полиграфические работы по техническому производству печатной продукции (п.1.1.).

По условию пункта 3.2.1 договора на выполнение полиграфических работ, ООО «Авторитет» обязуется предоставлять для производства тиража проверенные по размерам и качеству файлы. Файлы передаются по каналу связи или предоставляются на электронном носителе информации.

Комиссией Карельского УФАС России проанализированы выпуски печатных изданий «Мой город Сегежа» за 2014-2015 годы, в которых размещен аналогичный рекламный модуль и сделан вывод о том, что не читаемость части текста рекламы с существенной информацией внизу объявления на коричневом фоне маленькими расплывчатыми белыми буквами не является техническим браком, допущенным типографией, а есть прямое следствие несоблюдения требований к шрифту и цветности, которые проигнорированы ООО «Авторитет» при формировании оригинал-макета рекламного модуля. В частности, ООО «Авторитет» не соблюдены требования и рекомендации к передаваемым в печать материалам, которые указаны в ОСТ 29.125-95 «Газеты. Общие технические требования» представленные на сайте типографии, касающиеся текста размером менее 12 пунктов.

Вместе с тем размер шрифта рассматриваемой нечитаемой части рекламного модуля составляет примерно 5,5 пунктов, и исполнен в двух сливающихся между собой цветовых оттенках.

При таких обстоятельствах, комиссия приходит к выводу, что рекламный модуль с содержанием вышеуказанной предусмотренной законодательством информацией должен быть выполнен с учетом требований и рекомендаций ОСТ 29.125-95 «Газеты».

Общие технические требования», касающихся текста размером менее 12 пунктов или рассчитан на более крупный формат рекламного модуля. Кроме того, комиссия считает, что текст рекламы, напечатанный мелким шрифтом, является нечитаемым.

В силу пунктов 5, 6 и 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а также исходя из условий указанного выше Договора, рекламодателем указанной рекламы является ООО «Касса Взаимопомощи Январь», рекламопроизводителем и рекламодателем - ООО «Авторитет».

Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в данном случае должен нести рекламопроизводитель - ООО «Авторитет».

При таких обстоятельствах комиссия Карельского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе признала в действиях ООО «Авторитет» нарушение части 1 статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламодателем части 1 статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ установлена административная ответственность в виде административного штрафа для должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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.

Согласно статье 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. При этом совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники иных организаций несут административную ответственность как должностные лица.

Лицом, ответственным за размещение рекламы в ООО «Авторитет» согласно приказу <> и трудовому договору <> является должностное лицо <>.

Учитывая, что подготовку, проверку по размеру и качеству файлов и их передачу в типографию на выполнение полиграфических работ осуществляет <>, то именно она подлежит административной ответственности в качестве должностного лица, ненадлежащее исполнение которым своих должностных обязанностей повлекло нарушение ООО «Авторитет» требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

Указанные факты являются достаточными для определения в действиях (бездействии) должностного лица – ООО «Авторитет» <> наличия состава

административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

На основании изложенного в адрес Кузнецовой О.В. письмом от 23 марта 2016 года №03-03/1026 было направлено уведомление о составлении протокола об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В письме от 13 апреля 2016 года (вх. №1676) <> указала, что признает вину в том, что при подготовке в печать рекламного макета ООО «Касса Взаимопомощи» не усмотрела возможного искажения информации при его опубликовании, что повлекло нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. При этом в настоящее время приняты меры по устранению возникших нарушений, чтобы в дальнейшем такого не повторялось. Кроме того, <> ходатайствовала о составлении протокола в ее отсутствие.

14 апреля 2016 года в отсутствие <> был составлен протокол об административном правонарушении.

Определением от 14 апреля 2016 года «О назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении №03-03/17-2016», полученным <> 17 апреля 2016 года, настоящее дело было назначено к рассмотрению на 11 часов 00 минут 27 апреля 2016 года.

Рассмотрение настоящего дела состоялось в назначенное время.

Оценив в порядке статьи 26.11 КоАП РФ имеющиеся в материалах дела доказательства, должностное лицо Карельского УФАС России отмечает следующее.

Согласно части 1 статьи 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.

Пунктом 3 статьи 26.1 КоАП РФ установлено, что по делу об административном правонарушении выяснению подлежит виновность лица в его совершении.

Должностным лицом – <>ООО «Авторитет» <> не были предприняты все возможные, зависящие от нее меры и действия по соблюдению законодательства о рекламе - было допущено распространение ненадлежащей рекламы. Доказательств иного в материалы дела не представлено.

Таким образом, рассматриваемое административное правонарушение является противоправным, виновным, лицо его совершившее, не могло не осознавать противоправный характер своих действий, но им не были предприняты все зависящие от него меры для соблюдения норм законодательства, ответственность за нарушение которых предусмотрена КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 4.5. КоАП РФ срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе составляет один год со дня совершения

административного правонарушения.

Место совершения административного правонарушения является – г. Сегежа.

Время совершения административного правонарушения – 02 июля 2015 года. Таким образом, срок давности для привлечения к административной ответственности на момент вынесения постановления не истек.

Таким образом, в действиях должностного лица – <> ООО «Авторитет» <> установлен состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Доказательствами по делу являются материалы дела №03-02/26-2015, возбужденного Карельским УФАС России по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено.

Руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающего административную ответственность обстоятельства принимается оказание лицом, совершившим административное правонарушение, содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении, в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, а также признание <> нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Касательно возможности применения статьи 2.9 КоАП РФ должностное лицо Карельского УФАС России отмечает следующее.

Статьей 2.9. КоАП РФ предусмотрено, что 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.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место в исключительных случаях. При квалификации правонарушения в качестве малозначительного следует исходить из конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения, а учитываются при назначении наказания.

Оценив характер допущенного правонарушения и степень его общественной опасности, должностное лицо Карельского УФАС России не установило исключительных обстоятельств, свидетельствующих о его малозначительности.

В материалах дела отсутствуют обстоятельства, указывающие на возможность прекращения производства по настоящему делу; данное правонарушение не может быть признано и малозначительным.

Карельским УФАС России предприняты все меры для реализации Кузнецовой Ольгой Викторовной своих прав и защиты законных интересов.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьями 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ, врио руководителя Карельского УФАС России Бабкин Константин Евгеньевич

ПОСТАНОВИЛ:

Наложить на должностное лицо – <> ООО «Авторитет» <> за совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, административный штраф в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.

Реквизиты для перечисления штрафа:

Банк получателя: ГРКЦ НБ Республика Карелия Банка России

БИК 048602001

Получатель: ИНН 1001041153, КПП 100101001

Управление Федерального казначейства по Республике Карелия (Карельское УФАС России)

Счет № 40101810600000010006

ОКТМО 86701000

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

Назначение платежа: штраф за нарушение законодательства о рекламе (дело №03-03/17-2016).

Постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу в сроки, предусмотренные статьёй 31.1 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ, штраф должен быть уплачен не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, либо со дня истечения сроков рассрочки, предусмотренных статьёй 31.5 КоАП РФ.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со срока, указанного в части 1 данной статьи, соответствующие материалы направляются судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа. Кроме того, составляется протокол об

административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в установленный срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

В соответствии с частью 4 статьи 4.1 КоАП РФ назначение административного наказания не освобождает лицо от исполнения обязанности, за неисполнение которой административное наказание было назначено. В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

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.