

Публикация документа не является официальной. Официально правовые акты публикуются в официальных печатных изданиях в соответствии с действующим законодательством.

ИП

Исх.№2351/03 от 13.06.18

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 5-р/18

об административном правонарушении

Резолютивная часть оглашена
09.06.2018

В полном объеме изготовлено
13.06.2018

Новгород

Великий

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России) Куриков Илья Андреевич, рассмотрев протокол № 5-р/18 от 30.05.2018 и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя в связи с обнаружением в его действиях нарушения пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» при

распространении в июле-сентябре 2017 года на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к дому № 23 по проспекту Мира в Великом Новгороде, рекламы финансовой услуги по приему личных сбережений физических лиц по программе «Забота» КПК «ФинансГарант» и иных достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП),

УСТАНОВИЛ:

03.08.2017 должностными лицами Новгородского УФАС России на основании подпунктов «б», «г» пункта 2 Положения о государственном надзоре в области рекламы, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 20.12.2012 № 1346, было проведено мероприятие по контролю за соблюдением обязательных требований Закона о рекламе на территории Великого Новгорода. Мероприятие по контролю осуществлялось с применением фотоаппарата Canon PowerShot A530 (цветной).

По результатам проведения мероприятия по контролю составлен Акт фиксации факта распространения наружной рекламы от 03.08.2017 и установлено следующее.

На рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к дому № 23 по проспекту Мира в Великом Новгороде, размещена реклама следующего содержания: «ФинансГарант Кредитный Потребительский Кооператив. Досрочное расторжение без потери %. Сбережения застрахованы. Капитализация или снятие % по выбору пайщиков. Сберегательная программа для пенсионеров «Забота». 14,5 % годовых. КПК «ФинансГарант» г. Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, д. 28. Телефоны: 8 (8162) 55-32-32, 8 902 148-66-46».

Указанная реклама содержит одно условие оказания соответствующей услуги, исполненное крупным шрифтом – «14,5 %». Помимо данного условия в рекламе содержится информация, исполненная мелким шрифтом, которая содержит сведения об остальных условиях предоставления услуги:

«*Программа сбережений «Забота» действительна для физических лиц – пайщиков кооператива, достигших пенсионного возраста. Минимальный первоначальный взнос 500 рублей. Максимальный взнос не установлен. При досрочном расторжении договора в первые 90 дней с момента последнего внесения денежных средств, % пересчитываются согласно программе «До ВОСТРЕБОВАНИЯ». При расторжении договора по истечении 90 дней с момента последнего внесения денежных средств % начисляются по ставке 14,5 % годовых. Снятие или капитализация процентов по выбору пайщика.

Пополнение – в любой период действия договора без ограничений. *Вступить в кооператив могут юридические и физические лица (достигшие возраста 16 лет) при условии оплаты вступительного взноса в размере 200 рублей и обязательного паевого взноса в размере 50 рублей».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама – 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.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона 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 пунктом 2 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ 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.

В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации финансовая деятельность по привлечению денежных средств физических и юридических лиц с условием возврата сумм этих средств и выплаты процентов допускается либо путем заключения договора банковского вклада (статья 834 Гражданского кодекса Российской Федерации) либо договора передачи личных сбережений (статья 4 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации»; далее – Закон о кредитной кооперации).

В соответствии с частью 2 статьи 30 Закона о кредитной кооперации по договору передачи личных сбережений физическое лицо, являющееся членом кредитного кооператива (пайщиком), передает кредитному кооперативу денежные средства на условиях возвратности, платности, срочности.

Таким образом, в данном случае объектом рекламирования является финансовая услуга по привлечению Кредитным потребительским кооперативом «ФинансГарант» (ИНН 3525385652; 160000, г. Вологда, ул. Пушкинская, д. 18, пом. 22, 23, 24; далее – КПК «ФинансГарант») денежных средств физических лиц в качестве сбережений.

Используемый в рекламе шрифт своим размером должен обеспечивать нормальное восприятие потребителем всего содержания преподносимой

информации, без дополнительно предпринимаемых усилий по распознаванию и уяснению какой-либо ее части.

Несоразмерность шрифта не должна вести к потере читаемости существенных условий предоставления финансовой услуги, что в свою очередь создает условия для введения потребителей в заблуждение.

При этом в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

В данном случае условия предоставления финансовой услуги, являющиеся существенной информацией для потребителя, способной обмануть его ожидания, сформированные рекламой, влияющие на сумму доходов и расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица (размер первоначального взноса, порядок начисления процентов, размер вступительного и обязательного паевого взносов), представлены мелким, нераспознаваемым шрифтом, нечитаемым на значительном расстоянии.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом (в данном случае 14,5 % годовых), а прочих существенных условий оказания финансовой услуги способом, затрудняющим ее восприятие (с учетом размера рекламы и шрифта текста рекламы, а также местоположения рекламносителя), свидетельствует о ее недобросовестности.

В данном случае принципиальное значение имеет избранный способ распространения рекламы путем ее размещения на значительной высоте от уровня земли на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на искусственном дорожном сооружении (возвышающемся островке безопасности) по оси проезжей части автомобильной дороги. Свободный доступ к данной рекламной конструкции с целью ознакомления со всеми условиями оказания рекламируемой услуги, указанными мелким шрифтом, существенно затруднен, поскольку возможность подхода непосредственно к щите-билборду (например, по специально отведенной пешеходной дорожке) отсутствует, продвижение к нему возможно только по газону. Причем ближайшие доступные для потребителей точки на местности, с которых можно воспринимать информацию, размещенную на щите-билборде, (пешеходная дорожка, ведущая от одного регулируемого пешеходного перехода до другого на пересечении пр. Мира и ул. Попова; автобусная остановка у д. 34 по пр. Мира) находятся на расстоянии нескольких десятков метров от рекламной конструкции, что делает распознавание и уяснение условий оказания рекламируемой услуги, указанных мелким шрифтом, практически невозможным.

Рассматриваемая реклама была направлена на привлечение внимания потенциальных клиентов КПК «ФинансГарант» к услуге по приему личных сбережений, на продвижение на рынке финансовой деятельности КПК

«ФинансГарант» и увеличение числа его пайщиков. С этой целью в рекламе было указано наиболее привлекательное условие предоставления рекламируемой услуги – 14,5 % годовых.

Однако в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие каких-либо сведений об условиях оказания соответствующих услуг может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

При этом отсутствие в законодательстве о рекламе четкого указания на размер шрифта рекламных надписей не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку это противоречит положениям статьи 5 Закона о рекламе.

07.11.2017 вх. № 6598 в Новгородское УФАС России поступили представленные КПК «ФинансГарант» документы в отношении оплаты услуг по размещению рассматриваемой рекламы, а также типовой договор передачи личных сбережений по сберегательной программе «Забота» (далее – Типовой договор).

Согласно пункту 1.2 Типового договора пайщик передает в КПК денежные средства на условиях срочного сбережения по программе «Забота» на срок 60 (шестьдесят) месяцев с начислением целевых компенсационных выплат (процентов) из расчета 14,5 процента годовых.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе в любом случае полностью отсутствует (не представлено ни крупным, ни мелким шрифтом, ни иным способом) одно из условий оказания финансовой услуги, влияющей на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица – срок приема сбережений и, соответственно, начисления процентов по ним (60 месяцев).

Учитывая изложенное, в размещенной на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к дому № 23 по проспекту Мира в Великом Новгороде, рекламе финансовой услуги по приему личных сбережений физических лиц по программе «Забота» КПК «ФинансГарант» содержится нарушение пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, выразившееся в умалчивании (указании в неподдающейся восприятию форме, а также полном отсутствии) в рекламе финансовой услуги, содержащей одно из условий ее оказания, иных условий оказания данной услуги, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации,

является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части несет рекламодаделец (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе).

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из информации, представленной рекламодателем рассматриваемой рекламы – Обществом с ограниченной ответственностью «РУАН» (ИНН 7801459864; 199106, Санкт-Петербург, Косая линия В.О., д. 15 В; далее – ООО «РУАН») (вх. № 4995 от 23.08.2017 Новгородского УФАС России), следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП

Между ООО «РУАН» и ИП заключен Договор № 3511 на размещение наружной рекламы от 28.10.2016, в рамках которого и осуществлялось размещение рассматриваемой рекламы (далее – Договор). Согласно пункту 1.1 Договора Исполнитель (ООО «РУАН») обязуется оказать услуги по обеспечению демонстрации согласованной Сторонами рекламной информации предоставляемой Заказчиком (ИП) в виде рекламных плакатов. Пунктом 2.2.2 Договора установлена обязанность Заказчика обеспечить на рекламных плакатах размещение информации в соответствии с требованиями ФЗ РФ «О рекламе» и иного действующего законодательства РФ.

Оплата размещения рассматриваемой рекламы на вышеуказанном щите-билборде на территории Великого Новгорода была быть фактически произведена ИП на основании счетов на оплату № 4921 от 30.06.2017, № 6260 от 10.08.2017, № 8093 от 27.10.2017, актов оказанных услуг № 5271 от 31.07.2017, № 6610 от 31.08.2017, № 8103 от 31.10.2017, что подтверждается платежными поручениями № 120 от 04.07.2017, № 153 от 14.08.2017, № 191 от 30.10.2017.

Общая высота рекламного щита размером 3 на 6 метров, расположенного по пр. Мира в Великом Новгороде, на котором размещалась рассматриваемая реклама, составляет 9,5 метров.

Таким образом, в данном случае рекламодателем рекламы, содержащей признаки ненадлежащей, является ИП

О месте и времени рассмотрения дела ИП был надлежащим образом извещен, на рассмотрение дела не явился, заявил ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие (вх. № 3230 от 06.06.2018 Новгородского УФАС России).

Рассмотрев дело № 5-р/18 от 30.05.2018 об административном правонарушении, должностное лицо, приходит к следующим выводам.

ИП самостоятельно принял решение о размещении данной рекламы на местности таким способом, который, с учетом ее содержания и, соотношения, указанных в ней сведений, исполненных шрифтами разных размеров, не обеспечивает восприятие существенных условий соответствующей услуги и создает угрозу введения в заблуждение потребителей относительно доступности и привлекательности рекламируемого финансового продукта.

Учитывая изложенное, собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе при распространении вышеуказанной рекламы содержится в действиях лица, определившего ее содержание, то есть рекламодателя данной ненадлежащей рекламы – ИП

В соответствии со статьей 2.4 КоАП административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. При этом лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица.

Действующее законодательство Российской Федерации, в том числе и Закон о рекламе, является общедоступной, а не закрытой информацией. Поэтому ИП имел возможность и должен был изучить действующее законодательство, проявить должное отношение к осуществлению деятельности рекламодателя, предвидеть и не допустить установленное нарушение законодательства о рекламе.

Однако ИП как рекламодатель не проявил должной степени ответственности и осмотрительности, что привело к совершению им действий по распространению рассматриваемой ненадлежащей рекламы, содержащих событие административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП.

Анализ материалов дела позволяет сделать вывод о том, что у ИП имелась возможность для соблюдения пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе и недопущения распространения ненадлежащей рекламы. При этом объективных обстоятельств, делавших невозможным выполнение ИП требований Закона о рекламе, не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП 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.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП 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 должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Место и время совершения административного правонарушения – Великий Новгород, 3 августа 2017 года.

Обстоятельство, смягчающее административную ответственность, в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.2 КоАП - добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 КоАП, не установлено.

Учитывая изложенное, в действиях ИП содержится состав административного правонарушения, ответственность за совершение которого предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП, в соответствии с которой 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 должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Вместе с тем в соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП лицам являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, 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.

Из части 2 статьи 3.4. КоАП следует, 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.

ИП является субъектом малого предпринимательства, что подтверждается сведениями из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенного на официальном сайте Федеральной налоговой службы (<https://rmsp.nalog.ru/search.html>).

В Новгородском УФАС России отсутствует информация о привлечении ИП к административной ответственности в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП.

Таким образом, при назначении административного наказания учтены фактические обстоятельства дела, наличие смягчающего и отсутствие отягчающих ответственность обстоятельств, предусмотренных статьями 4.2 и 4.3 КоАП, а также тот факт, что ИП является субъектом малого предпринимательства, ранее к административной ответственности не привлекался, а совершенное им правонарушение не повлекло 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 отсутствовал имущественный ущерб.

Допущенных при производстве по делу об административном правонарушении нарушений процессуальных требований, установленных КоАП, последствием которых явилось необеспечение лицу, в отношении которого возбуждено рассматриваемое дело, предусмотренных КоАП гарантий, не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведётся производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП, соблюдены.

Руководствуясь частью 1 статьи 4.1.1, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать в действиях рекламодача – индивидуального предпринимателя при распространении в июле-сентябре 2017 года на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории,

прилегающей к дому № 23 по проспекту Мира в Великом Новгороде, рекламы финансовой услуги по приему личных сбережений физических лиц по программе «Забота» КПК «ФинансГарант», административное правонарушение, выразившееся в нарушении законодательства о рекламе (пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе), ответственность за совершение которого предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Заменить административное наказание в виде административного штрафа на предупреждение в соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях

Заместитель руководителя

Новгородского УФАС России
И.А. Куриков

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в судебном порядке по месту рассмотрения дела в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 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.