

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

об административном правонарушении

по делу № 021/04/14.3-364/2020

10 декабря 2020 г.
Чебоксары

г.

«...», рассмотрев протокол об административном правонарушении от 08.12.2020, составленный «...» и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении **кредитного потребительского кооператива граждан «Столичный» (ИНН/ОГРН 2127327233/1032127012125, г. Чебоксары, ул. Петрова, д.6/3) (далее – КПКГ «Столичный», кооператив),**

в присутствии представителя КПКГ «Столичный» - «...»,

УСТАНОВИЛ:

Чувашским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Федерального Закона от 13.03.2006 №38-ФЗ Закона «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) возбуждено дело по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе в отношении КПКГ «Столичный».

Основанием для возбуждения дела послужило поступившее в Чувашское УФАС России 25.09.2020 заявление Волго – Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации в связи с обращением в банк физического лица с жалобой на неправомерную информацию, размещенную в социальных сетях интернет на странице "ВКонтакте", которая выразилась в следующем.

В социальных сетях интернет на странице социальной сети "ВКонтакте" ([https:// vk . com / urmaevo reklama](https://vk.com/urmaevo_reklama)) распространялась рекламная информация КПКГ «Столичный» следующего содержания: «Кредитный потребительский кооператив граждан «Столичный» Займы предоставляются только членам кооператива Мы к школе готовы, а Вы? ЛЬГОТНЫЕ ЗАЙМЫ на подготовку юных гениев к школе

САМЫЙ НИЗКИЙ % 5-20-80 с.Комсомольское, ул. Канашская, д.28».

Отношения в сфере рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы законодательно определены требованиями Закона о рекламе. Согласно пункту

1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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.

Объектом рекламирования, по смыслу Закона о рекламе (п.2 ст.3), может выступать товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

Содержание рассматриваемой информации, соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о

рекламе.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой и к ней применимы все требования, установленные Законом о рекламе.

Как следует из указанного понятия рекламы, способы распространения рекламы не ограничены, к таким способам распространения относится также информационно – телекоммуникационная сеть «Интернет».

Вместе с тем, спорные вопросы, относительно распространения рекламы в сети «Интернет» ФАС России разъясняет следующим образом.

Согласно письму ФАС России от 25.09.2019 № АК/83509/19 «О разъяснении по вопросу рекламы в информационно - телекоммуникационной сети интернет» следует, что Федеральный закон "О рекламе" не содержит специальных требований к рекламе, распространяемой в социальных сетях "Вконтакте" и "Одноклассники". В то же время такая реклама должна соответствовать как общим требованиям, установленным

Федеральным законом "О рекламе", в том числе требованиям достоверности и добросовестности, так и специальным требованиям, установленным указанным Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров и услуг.

Общие требования к рекламе установлены статьей 5 Закона о рекламе.

В силу части 1 данной статьи определено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, следует, что недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе определено, что 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.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 9 Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Постановление) следует, что согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, реклама, содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недобросовестной.

При анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодаделец несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Вместе с тем, пунктом 29 Постановления установлено, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям

достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей 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 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе членам кооператива предлагается займ денежных средств и используется фраза «САМЫЙ НИЗКИЙ %».

При этом, для обыденного сознания потребителей рекламы, в зависимости от личного социального и индивидуального опыта, характерно множественное понимание смысла того или иного текста.

Таким образом, рекламный слоган «САМЫЙ НИЗКИЙ %» также может восприниматься потребителями рекламы по - разному, но доминирующим смыслом данного слогана, логично является следующее.

КПКГ «Столичный» предлагает потребителям рекламы, в том числе, членам кооператива, такой низкий процент по займу, который ее потребитель уже не сможет получить ни у одного из продавцов, осуществляющего данный вид финансовой деятельности.

Спорная реклама, имея указание на рекламируемый займ, в то же время, не указывает по отношению к каким иным услугам и условиям, предоставляемых кооперативом, в том числе, для пайщиков, предоставляется как «самый низкий %».

В данном случае, отсутствует указание конкретного критерия, по которому рекламируемый займ КПКГ «Столичный» можно признать таковым.

В отсутствие конкретного критерия сравнения, создается

впечатление, что предлагаемый КПКГ «Столичный» денежный займ обладает преимуществом по всем критериям из числа однородных, на рынке реализации аналогичной продукции.

При этом, объективного подтверждения критерия, в подтверждение заявленного рекламой утверждения, КПКГ «Столичный» в материалы дела не представлено.

В этой связи, такое утверждение является некорректным сравнением аналогичного товара других продавцов, то есть недостоверной рекламой, и таким образом, реклама вводит потребителей в заблуждение, нарушая, при этом, права потенциальных конкурентов.

Вместе с тем, из вышеприведенного разъяснения Постановления следует, что заявление о преимуществах, в данном случае, слоган «САМЫЙ НИЗКИЙ %», содержащий превосходную степень, определяемую значением «Самый», должен иметь документальное подтверждение и фактическое обоснование. Рекламу, не содержащую объективного подтверждения указания "самый", нельзя признать правомерной.

Таким образом, рассматриваемая реклама является недобросовестной и недостоверной, что нарушает пункт 1 части 2, пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Помимо прочего в тексте рекламы используется фраза: «ЛЬГОТНЫЕ ЗАЙМЫ».

Согласно информации общедоступных источников, понятие слова льгота включает в себя определенные преимущества, дополнительные права, полное или частичное освобождение от выполнения установленных правил, обязанностей, или облегчение условий их выполнения.

Из представленной информации КПКГ «Столичный» следует, что по смыслу рекламы, слоган «Льготные займы» предполагал осуществление кооперативом займа денежных средств, при этом, «под самый низкий процент», только тем пайщикам, которые имеют детей школьного возраста.

Вместе с тем, указанная в рекламе информация, не может быть доступна и понятна всем категориям ее потребителей, в том числе пайщикам, без содержания полной информации предоставления указанного «льготного займа».

В рекламе отсутствуют существенные сведения, указывающие категорию потребителей, имеющих возможность воспользоваться предлагаемой льготой, тем самым у неопределенного круга лиц создается неверное и искаженное представление, что рекламируемые таким способом услуги не являются исключительными и могут быть получены всеми потребителями рекламы, в том числе, пайщиками.

Подобного рода недостоверная реклама, в отсутствие полной информации обо всех существенных условиях указанной льготы, может создать у потребителя иллюзию привлекательного продукта финансовой услуги для всех без исключения, что в данном случае, принимая пояснения КПКГ «Столичный», таковой не является.

В то же время, отношения в сфере рекламы должны строиться на принципах достоверности сообщаемых сведений о товарах и услугах и исходить из того, что достоверная информация о товарах и услугах позволяет потребителю сделать правильный выбор.

В этой связи, рассматриваемая реклама содержит *нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе*, поскольку в ней отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, что приводит к искажению смысла информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение указанных требований несет рекламодатель.

В силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В данном случае рекламодателем является КПКГ «Столичный».

На этом основании, ответственность за выявленное нарушение Закона о рекламе несет КПКГ «Столичный».

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодистрибьюторами законодательства Российской Федерации о рекламе образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 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.

Согласно части 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

КПКГ «Столичный» выступил в качестве рекламодателя рекламы и тем самым совершил административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично.

В соответствии с частью 2 статьи 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.

В силу части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 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.

В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ об административных правонарушениях 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.

При этом оценка малозначительности деяния должна соотноситься с причинением либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству.

Понятие малозначительности административного правонарушения является категорией оценочной и определяется судьей, органом, должностным лицом, уполномоченным решить дело в каждом конкретном случае с учетом выявленных обстоятельств.

В пункте 21 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Совершенное КПКГ «Столичный» правонарушение посягает на установленный в Российской Федерации порядок распространения рекламы, создает существенную угрозу охраняемым общественным правоотношениям, следовательно, не может быть признано малозначительным.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

При назначении наказания КПКГ «Столичный» учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения, финансовое положение юридического лица.

Обстоятельства, отягчающие, либо смягчающие административную ответственность, отсутствуют.

С учетом установленных обстоятельств, КПКГ «Столичный» виновен в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, так как именно данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению требований законодательства о рекламе, при отсутствии к тому чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств. Оценивая собранные по делу доказательства, прихожу к следующему.

По сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательств, размещенного на официальном сайте Федеральной налоговой службы в информационно - телекоммуникационной сети Интернет по адресу: <https://www.nalog.ru>, КПКГ «Столичный» указан в качестве микропредприятия.

Федеральным законом от 03.07.2016 № 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях», вступившим в силу 04.07.2016, Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнен статьей 4.1.1, предусматривающей замену административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение 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.

Согласно части 2 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное наказание в

виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса.

Руководствуясь частью 2 статьи 3.4, частями 1, 3 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, принимая во внимание, что КПКГ «Столичный» является субъектом малого и среднего предпринимательства, правонарушение совершено впервые, ранее к административной ответственности, предусмотренной ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не привлекался, а также в отсутствие доказательств 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, имущественного ущерба, а также отягчающих ответственность обстоятельств, прихожу к выводу о возможности применения к нему меры административной ответственности в виде предупреждения.

По правилам части 1 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

На основании изложенного, руководствуясь ст. 23.48, 29.9, 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать КПКГ «Столичный» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
2. Назначить КПКГ «Столичный» меру административного

наказания в виде предупреждения.

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

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации 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.