

Я, руководитель Забайкальского УФАС России, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 16 марта 2016 года № 86/02-06, составленный ведущим специалистом-экспертом отдела антимонопольного контроля и рекламы Забайкальского УФАС России, о нарушении части 1 статьи 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в отношении должностного лица -индивидуального предпринимателя Н. по факту нарушения требований части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закона о рекламе).

Место совершения административного правонарушения: 672000, Забайкальский край, г. Чита.

УСТАНОВИЛ:

Дело об административном правонарушении № 19/02-06 рассматривается в отсутствие ИП Н. В материалах дела имеется доказательство надлежащего извещения ИП Н. о дате и времени рассмотрения протокола об административном правонарушении.

Основанием для привлечения к административной ответственности послужил факт нарушения ИП Н. Закона о рекламе, установленный решением Комиссии Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе по делу № 1.

В срок с 07 декабря 2015 года по 18 декабря 2015 года на основании приказа Забайкальского УФАС России от 16 ноября 2015 года №237 была проведена плановая проверка в отношении Муниципального предприятия города Читы «Троллейбусное управление».

В ходе проверки установлено следующее.

В период с 08.10.2015 по 19.10.2015, на основании договора с ООО «Ультрапрофит» в салоне троллейбуса № 3иУ 682 Г (инв. №№ 193-263) и ТРОЛЗА-5275-03,07 (инв. №№ 264-287) распространялась реклама следующего содержания: «14-19 октября, БОЛЬШАЯ РАСПРОДАЖА ШУБ из г. Пятигорска, Норка от 35 тысяч, Мутон от 10 тысяч, Скидки от 10-40%, АКЦИЯ! Принесите старую шубу и получите скидку на новую! В продаже женские дубленки от 10 тысяч, а также куртки: весна-осень Предоставляем кредит. С 9-00 до 19.00 ул. Чкалова, 120 А, Музейно-выставочный центр».

Данная реклама содержит признаки нарушения части 1 статьи 28 Закона о рекламе, согласно требованиям которой, 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).

В указанной информации отсутствует наименование или имя лица, оказывающего кредитование.

Определением от 12.01.2016 Забайкальским УФАС России возбуждено дело №1 по

признакам нарушения части 1 статьи 28 Закона о рекламе в отношении ООО «Ультрапрофит», МП «Троллейбусное управление». Дело №1 рассматривалось в заседаниях Комиссии от 01 февраля, 25 февраля, 26 февраля, 22 марта 2016 г.

25.02.2016 в заседании Комиссии был объявлен перерыв до 26.02.2016.

Определением об отложении рассмотрения дела №1 от 26.02.2016 Забайкальским УФАС России к участию в деле привлечен ИП Н. (ИНН, ОГРН) в качестве лица, действия которого содержат признаки нарушения части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

МП «Троллейбусным управлением», ООО «Ультрапрофит» представлены письменные пояснения, в соответствии с которыми, в размещенном в салоне троллейбуса рекламном материале было указано о проведении большой распродажи, но не о рекламе банковских или финансовых услуг. Действующее законодательство не содержит понятия «кредит», существует понятие «кредитный договор». Кроме того, понятие финансовой услуги и кредитного договора не тождественны (не схожи) и не дают однозначного объяснения толкования слова кредит. Закон о рекламе не содержит прямого запрета на использование и употребление слова «кредит» в рекламном материале. С учетом отсутствия в нормативно-правовых актах однозначного толкования слова кредит, ответчик полагает, что с его стороны отсутствует состав правонарушения.

МП «Троллейбусное управление», ООО «Ультрапрофит» ссылаются на письмо ФАС России от 31.07.2014 № АД/30890/14, согласно которому размещение рекламы торговой организации с указанием на возможность приобретения товара в кредит (например, реклама магазинов бытовой техники или автосалонов), который предоставляет банк или иная кредитная организация, не является рекламой услуг по предоставлению потребительских займов и на такую рекламу положения статьи 28 Закона о рекламе не распространяются.

МП «Троллейбусное управление», ООО «Ультрапрофит» также указывают на пункт 25 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе», в соответствии с которым, положения статьи 28 Закона о рекламе не могут применяться к отношениям, связанным с предоставлением товарного и (или) коммерческого кредита.

В соответствии с пояснениями директора ООО «Ультрапрофит», рекламодателем является ИП Н. Утверждение макета рекламы происходило дистанционно по телефону и по электронной почте и согласовывалось с ИП Н.

ИП Н. представил письменное пояснение, исходя из которого, он направил ООО «Ультрапрофит» содержание текста для изготовления макета рекламы. Под словом кредит подразумевалась рассрочка платежа.

Комиссия Забайкальского УФАС России, рассмотрев обстоятельства дела, выслушав представителей МП «Троллейбусное управление», ООО «Ультрапрофит», исследовав имеющиеся в материалах дела документы и доказательства, установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама - это информация,

распространяемая 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 объект рекламирования как 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.

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

Под кредитом понимаются денежные средства, предоставленные заемщику банком или иной кредитной организацией (кредитором) по кредитному договору в размере и на условиях, предусмотренных договором (часть 1 статьи 819 ГК РФ).

Таким образом, понятие «кредит» полностью подпадает под понятие финансовая услуга.

Указанная выше информация, соответствует понятию рекламы, закрепленному в действующем законодательстве, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – финансовым услугам «кредит», и способствует продвижению обозначенных услуг на рынке.

Объектами рекламирования в данном случае являются в том числе финансовые услуги – кредит.

В представленных письменных пояснениях ИП Н. заявил, что под словом кредит он подразумевал рассрочку платежа.

В [пункте 12](#) постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации и Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.1998 N 13/14 «О практике применения положений Гражданского Кодекса Российской Федерации о процентах за пользование чужими денежными средствами» указано, что согласно [статье 823](#) ГК, к коммерческому кредиту относятся гражданско-правовые обязательства, предусматривающие отсрочку или рассрочку оплаты товаров, работ или услуг, а также предоставление денежных средств в виде аванса или предварительной оплаты.

Из содержания рекламы, распространяемой в салонах троллейбуса, потенциальному покупателю невозможно установить, кем осуществляется кредитование – банком, который предоставляет потребительский кредит или самим продавцом товара, предоставляющим коммерческий кредит (рассрочку).

Доводы МП «Троллейбусное управление», основывающиеся на вырванном из контекста отрывке письма ФАС России от 31.07.2014 № АД/30890/14 – «... размещение рекламы торговой организации с указанием на возможность

приобретения товара в кредит (например, реклама магазинов бытовой техники или автосалонов), который предоставляет банк или иная кредитная организация, не является рекламой услуг по предоставлению потребительских займов и на такую рекламу положения статьи 28 Закона о рекламе не распространяются» - являются необоснованными. Указанный отрывок из пункта 2 письма ФАС России разъясняет положения части 13 статьи 28 Закона о рекламе, запрещающей рекламу услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным законом от 21.12.2013 №353-ФЗ «О потребительском кредите». В соответствии с абзацем 3 пункта 2 письма ФАС России, «...в сферу регулирования части 13 статьи 28 Закона о рекламе подпадает исключительно реклама услуг по предоставлению потребительских займов, при этом реклама услуг по предоставлению потребительских кредитов не входит в сферу регулирования указанной нормы».

Таким образом, реклама распродажи шуб и услуг по предоставлению кредита, размещенная в салоне троллейбуса, полностью подпадает под действие части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Как следует из [пункта 24](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», в соответствии с [частью 1 статьи 28](#) Закона о рекламе в рекламе должны быть указаны наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и иные финансовые услуги.

Указанная выше реклама не содержит указание на то, что коммерческий кредит (рассрочка) предоставляется самим ИП Н.

Таким образом, данная реклама нарушает требования, установленные частью 1 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 1 статьи 28 Закона о рекламе несет рекламодатель и рекламодатель.

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

ИП Н. представлен договор возмездного оказания услуг б/н от 06.10.2016 между ООО «Ультрапрофит» (Исполнителем) и ИП Н. (Заказчиком). Предмет договора: Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязанность по изготовлению и размещению плакатов Заказчика в троллейбусах в г. Чита. Срок размещения: с 08.10.2015 по 19.10.2015. Стоимость услуг размещения плакатов составляет 22 422 (Двадцать две тысячи четыреста двадцать два) рубля. В материалах дела имеется приходный кассовый ордер №124 от 08.10.2015, подтверждающий оплату Николаенко И.В. печати листовок и проката рекламы в троллейбусах в размере 22 422 (Двадцать две тысячи четыреста двадцать два) рубля.

Таким образом, объект рекламирования определен ИП Н. ИП Н. является

рекламодателем.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно договору на размещение рекламы б/н рекламодателем является Муниципальное предприятие г. Читы «Троллейбусное управление».

Решением Комиссии Забайкальского УФАС России по рассмотрению дела №1 от 25.03.2016 ИП Н., МП «Троллейбусное управление» признаны нарушившими часть 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП).

В соответствии с пунктом 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 пунктом 1 статьи 2.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, 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.

Объективная сторона вмененного правонарушения, предусмотренного [частью 1 статьи 14.3](#) КоАП РФ состоит в нарушении установленных законодательством о рекламе норм.

Объектом предусмотренных данной статьей административных правонарушений являются общественные отношения в области рекламы.

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.

Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если КоАПом не установлено иное (Примечание к статье 2.4 КоАП).

Николаенко И.В. не принял все зависящие от него меры по соблюдению законодательства о рекламе и, следовательно, несет ответственность, предусмотренную частью 1 статьи 14.3 КоАП.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ, не установлено.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.2 КоАП не установлено.

Согласно части 1 статьи 14.3. КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем [законодательства](#) о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 4](#) статьи 14.3, [статьями 14.37, 14.38, 19.31](#) КоАП 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.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьями 23.48, 29.9 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать должностное лицо - индивидуального предпринимателя Н. (ИНН) нарушившим часть 1 статьи 14.3. КоАП.

2. Наложить на Н. административный штраф в размере **4 000 (четыре тысячи) рублей.**

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно пункту 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.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5. КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме в соответствии с законодательством РФ.

Должник – Н. уплачивает штраф взыскателю – Управлению Федеральной антимонопольной службы по Забайкальскому краю.

Реквизиты счетов для перечисления штрафа:

Получатель платежа: УФК по Забайкальскому краю (Забайкальское УФАС России)

ИНН: 7536033755 / **КПП:** 753601001

Банк получателя: ГРКЦ ГУ Банка России по Забайкальскому краю .г.Чита

Л/сч.: 04911208180

БИК: 047601001

Р/сч: 40101810200000010001

КБК: 161 1 16 26000 01 6000 140

Код по **ОК ТМО:** 76701000

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Постановление о взыскании штрафа выдано_____

Срок предъявления постановления к исполнению_____

Постановление о наложении штрафа вступает в силу_____

Руководитель управления