

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы России по Кировской области <...> рассмотрев протокол № 108р-18/26-04-2018р от 27.09.2018, в отношении должностного лица – Общества с ограниченной ответственностью «Титан» (далее – ООО «Титан») директора <...> в связи с нарушением пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

У С Т А Н О В И Л:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 26/04-2018р (резюлютивная часть решения оглашена 20 июня 2018 года; в полном объеме изготовлено 22 июня 2018 года) признана ненадлежащей реклама: «Комиссионный магазин <...>», размещенная на фасаде здания по адресу: <...>, поскольку она нарушает требования пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Кировское УФАС поступило заявление физического лица (вх. № 874к от 06.02.2018) по вопросу нарушения, по мнению заявителя, рекламного законодательства при размещении на внешних стенах здания по адресу: <...>, рекламной информации следующего содержания: «Комиссионный магазин Никто не дает? Мы дадим! деньги всем» с изображением молодого человека и денежных купюр; «Телефоны по себестоимости. Заходи! Ломбард нового поколения. Автоломбард», которая содержит признаки нарушения п. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 13 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, <...> полностью подпадает под определение, данное в статье 3 Федерального закона «О рекламе», поскольку адресована неопределенному кругу лиц (пешеходам, водителям транспортных средств и т.д.), направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (финансовым услугам, предлагаемым ООО «Титан»), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Согласно п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Вышеуказанная реклама, размещенная на фасаде здания по адресу: <...>, не соответствует требованиям п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку, предлагая услуги комиссионного магазина, продавец одновременно позиционирует себя как «Ломбард» («деньги всем!»), не обладая, при этом, фактически статусом ломбарда. Такая информация содержит не соответствующие действительности сведения о продавце рекламируемого товара и его статусе в качестве ломбарда, что подтверждается Выпиской из единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ), а также отсутствием ООО «Титан» в Государственном реестре ломбардов.

Требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу финансовых услуг и финансовой деятельности. Соответственно для квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования являются услуги либо деятельность, относящиеся к финансовым.

Согласно пункту 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.

Пунктом 5 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» установлено, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов - это деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме, осуществляемая за счет систематически привлекаемых на возвратной и платной основе денежных средств и (или) осуществляемая не менее чем четыре раза в течение одного года (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

В соответствии с положениями пункта 2.2 части 1 статьи 2 Федерального закона от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» микрокредитная компания - вид микрофинансовой организации, осуществляющей микрофинансовую деятельность с учетом установленных частями 1 и 3 статьи 12 настоящего Федерального закона ограничений, имеющей право привлекать для осуществления такой деятельности денежные средства физических лиц, являющихся ее учредителями (участниками, акционерами), а также юридических лиц.

В соответствии с пунктом 1 статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» ломбардом является юридическое лицо – специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются

предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

Анализ указанных норм в совокупности с понятием финансовой услуги, установленной Федеральным законом «О защите конкуренции», позволяет сделать вывод о том, что оказываемые ломбардными организациями услуги по привлечению денежных средств (займы) являются финансовыми услугами.

Кроме того, согласно пункту 16 Информационного письма Президиума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 25.12.1998г. № 37 информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Таким образом, исходя из вышеуказанных нормативно определенных понятий, указанные в спорной рекламе услуги связаны с привлечением либо размещением денежных средств физических лиц, что позволяет идентифицировать их в качестве финансовых, на рекламу которых распространяются требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", не допускается.

Статьей 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» (далее – Федеральный закон «О ломбардах») установлены основные требования, предъявляемые к осуществляемой ломбардом деятельности.

В соответствии с пунктом 1 статьи 2 Федерального закона «О ломбардах» ломбардом является юридическое лицо – специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

В соответствии с ч. 4 ст. 2 Федерального закона "О ломбардах", ломбарду запрещается заниматься какой-либо иной предпринимательской деятельностью, кроме предоставления краткосрочных займов гражданам, хранения вещей, а также оказания консультационных и информационных услуг.

Согласно статье 358 Гражданского кодекса Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ принятие от граждан в залог движимых вещей, предназначенных для личного потребления, в обеспечение краткосрочных займов может осуществляться в качестве предпринимательской деятельности специализированными организациями – ломбардами.

Реклама об услугах организации с использованием словосочетания «Ломбард нового поколения», размещенная на фасаде здания по адресу: г. Киров, Октябрьский пр-т, дом 3, не соответствует требованиям части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», поскольку, предлагая услуги компании, продавец одновременно позиционирует себя как ломбард, посредством использования в рекламе слова «Ломбард», при этом, непосредственно не осуществляя ломбардную деятельность. Указанное обстоятельство подтверждается отсутствием ООО «Титан» в Государственном реестре

ломбардов.

В ходе проверки установлено, что деятельность ООО «Титан» не отвечает требованиям, предъявляемым к ломбардам. Кроме того, ломбард по адресу<...> не включен в государственный реестр ломбардов и не поднадзорен Банку России.

Таким образом, ООО «Титан», непосредственно не оказывая услуги по предоставлению краткосрочных займов и хранению вещей, необоснованно позиционирует себя как ломбард. Такая реклама дает основание потребителям полагать, что организация ООО «Титан» обладает статусом ломбарда, то есть имеет право осуществлять ломбардную деятельность, что не соответствует действительности и является нарушением требований ч. 13 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Также стоит отметить, что указанная спорная информация была вынесена на рассмотрение Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области. Согласно данным протокола заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области от 15.03.2018, члены Экспертного Совета единогласно пришли к мнению о том, что вышеуказанная информация является рекламой, которая по своему содержанию не является непристойной и оскорбительной. При этом члены Экспертного Совета отметили, что текст рекламной информации в сочетании с изображением молодого человека и денежных купюр формирует у потребителя впечатление, что рекламируемая организация осуществляет деятельность по выдаче денег, то есть «предоставляет вид услуги по выдаче займов». В состав Экспертного Совета при Кировском УФАС России входят представители органов местного самоуправления, научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики, соответственно их мнение можно принять в качестве надлежащего доказательства наличия в рекламе объекта рекламирования – финансовой услуги (исходя из содержания фразы деньги всем).

С учетом названных обстоятельств и положений пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Кировским УФАС России установлено, что лицом, осуществляющим деятельность по адресу: <...>, является ООО «Титан» (ИНН: 4345461909, ОГРН: 1174350003046).

Исходя из места, способа, формы распространения рекламной информации (на фасаде здания компании «Титан»), именно ООО «Титан» заинтересовано в привлечении внимания к объекту рекламирования и в размещении рекламы по вышеуказанному адресу.

Согласно письменным пояснениям ООО «Титан», спорная рекламная информация размещена ООО «Титан». Баннер изготовлен по заказу ООО «Титан» и размещен на фасаде <...> ием установлено, что **ООО «Титан»**, являясь лицом, определившим объект рекламирования и лицом, распространившим спорную рекламу, является рекламодателем и рекламораспространителем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе 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.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола должностное лицо ООО «Титан» <...> **считается уведомленным, почтовое уведомление вернулось в Кировское УФАС России 07.11.2018 с пометкой истек срок хранения. Явку не обеспечил, представителя не направил.** Протокол рассмотрен в отсутствие <...>.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 08.02.2018 (акт фиксации рекламы).

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях должностного лица <...> выразившийся в определении содержания и распространении ненадлежащей рекламы следующего содержания: *«Комиссионный магазин Никто не дает? <...>»*, размещенной на фасаде здания по адресу: <...>, которая не соответствует требованиям пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия должностного лица – <...> **по** определению содержания и распространению ненадлежащей рекламы в нарушение пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях <...> несет административную ответственность, как должностное лицо – директор ООО «Титан», в случае совершения административного правонарушения в связи с

неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Поэтому, именно <...> должен был предотвратить нарушение рекламного законодательства, однако его допустил.

Согласно Выписке из Единого реестра юридических лиц <...> является директором ООО «Титан».

В силу части 2 ст. 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.

Субъективная сторона административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку <...> не предвидел возможности наступления вредных последствий, хотя должен был и мог их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение совершено по вине должностного лица - <...> в форме неосторожности.

Место и время совершения административного правонарушения: место размещения рекламной информации: *«Комиссионный магазин Никто не дает? Мы дадим! деньги всем» с изображением молодого человека и денежных купюр; «Телефоны по себестоимости. Заходи! Ломбард нового поколения. Автолломбард»*, адрес: г<...> (акт фиксации рекламы от 08.02.2018).

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 108р-18/26-04-2018р от 27.09.2018 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела №26/04-2018р.

В соответствии со ст. 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.

Совершенные должностным лицом – <...> действия по определению содержания и распространению рекламы: *«Комиссионный магазин Никто не дает? Мы дадим! деньги всем» с изображением молодого человека и денежных купюр; «<...>д»*, в нарушение требований пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях. <...> должен был предотвратить нарушение рекламного законодательства, однако его допустил.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с

момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий.

Рассматриваемое правонарушение не может быть признано малозначительным. Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в п. 18 Постановления от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Пленум Верховного Суда Российской Федерации в п. 21 Постановления от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» указал, что 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.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которое выразилось в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения должностного лица <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного правонарушения, его длительность, форма вины лица, привлеченного к административной ответственности, отягчающие и смягчающие административную ответственность обстоятельства.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установлено совершение административного правонарушения впервые. В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ 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, 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.

Согласно части 1, 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной

форме. 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.

Поскольку согласно информации на сайте <...> **ООО «Титан»** включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст.14.3 КоАП РФ, совершено должностным лицом Общества впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к должностному лицу Общества меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь ст. 3, п. 20 ч. 3 ст. 5, ч.13 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать должностное лицо Общества с ограниченной ответственностью «Титан» <...> виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к должностному лицу Общества с ограниченной ответственностью «Титан» <...> меру ответственности в виде предупреждения.

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

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ 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.