

Директору

ООО МФО <...>

**Постановление о назначении наказания
по делу № 17-Р-16-АП об административном правонарушении**

04 октября 2016 года

г. Абакан

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия – начальник отдела антимонопольного законодательства и рекламы ..., рассмотрев протокол и материалы дела № 17-Р-16-АП об административном правонарушении, возбужденного в отношении должностного лица – директора ООО МФО «<...>» <...> (далее – <...>):

паспорт <...> <...>,

место, дата рождения: <...>,

ИНН: <...>

место жительства: <...>

место работы, занимаемая должность: директор ООО МФО «<...>»,

в отсутствие <...>,

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения Хакасским УФАС России мониторинга наружной рекламы на предмет соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, выявлено распространение рекламы в виде баннера, размещенного на заборе территории автовокзала слева от здания, расположенного по адресу: г. Абакан, ул. Тараса Шевченко, 62, следующего содержания: «НЗ. Надежный Займ. Самый низкий процент в регионе! Пенсионерам и официально трудоустроенным – 1%. Шевченко, 62», а также на окнах МФО «Надежный Займ», находящейся по адресу г. Абакан, ул. Тараса Шевченко, 62, плакатов идентичного содержания.

21.06.2016 (вх. № 3225) на запрос Хакасского УФАС России поступил ответ, в котором представлены следующие документы:

- копия устава предприятия, копия выписки из ЕГРЮЛ, копия свидетельства о

государственной регистрации юридического лица полное наименование которого указано как Общество с ограниченной ответственностью Микрофинансовая организация «<...>» (ОГРН: <...>), копия свидетельства о внесении сведений о юридическом лице в государственный реестр микрофинансовых организаций (регистрационный номер <...> <...>), копия бухгалтерского баланса организации на 31.12.2016 г.;

- уведомление о номинировании в качестве лауреата Восьмой Ежегодной международной премии «Лучший налогоплательщик года - 2015», выданное Фондом содействия развитию предпринимательства 28.09.2015 года ООО «<...>»;

- копия договора безвозмездного пользования рекламной конструкцией № б/н от 10.01.2015 года, заключенный между ООО МФО «<...>» и ИП <...> (далее – ИП <...>), приложение № 1 к данному договору, где ИП <...> передает ООО МФО «<...>» рекламную конструкцию (участок забора на территории автовокзала, расположенного по адресу г. Абакан, ул. Т. Шевченко, д. 62) общей площадью 27 кв.м.;

- Приказ № 7 о проведении рекламной акции «Пенсионерам и официально трудоустроенным – 1%» в целях эффективного продвижения услуг по предоставлению микрозаймов с 18.02.2016 г. по 31.07.2016 г.;

- фотография окна ООО МФО «<...>», где на месте надписи «самый низкий процент в регионе» размещается надпись «Надежный Займ низкий процент «НЗ»», следующее окно осталось прежним: «Акция! Пенсионерам и официально трудоустроенным 1%»;

- фотография баннера ООО МФО «<...>», где на месте надписи «самый низкий процент в регионе!», размещается надпись «низкий процент!», остальное содержимое баннера осталось прежним;

- счет на оплату № 37 от 19.02.2016 года, выставленный исполнителем ООО «<...>» (изготовителем рассматриваемого баннера) заказчику ООО МФО «<...>» суммой 21 530 рублей, платежное поручение № 00007 от 26.02.2016 г. по счету № 37 за изготовление рекламы суммой 21 530 рублей;

- договор на рекламные услуги № 20.01.16/1 от 20.01.2016 года, заключенный между заказчиком ООО МФО «<...>» и исполнителем ООО «<...>»;

- информация об условиях предоставления займа следующих финансовых организаций: ООО МФО «<...>» (г. Новосибирск), ООО «МФО «<...>» (г. Абакан), ООО МФО «<...>» (г. Абакан), ООО МФО «<...>» (г. Ульяновск), ООО «МФО «<...>» (г. Москва), ООО МФО «<...>» (г. Саяногорск), ООО МФО «<...>» (г. Кемерово);

- письменные пояснения, в которых изложено, что во всех представленных условиях предоставления займа вышеуказанными финансовыми организациями процент займа предлагается выше, чем у ООО МФО «<...>», то есть более 1%.

Изучив полученные материалы, Хакасское УФАС России усмотрело признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе в отношении ООО МФО «<...>».

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение

пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 несет рекламодатель.

На основании имеющихся материалов в деле, рекламодателем является ООО МФО «<...>».

Определением от 04.07.2016 г. возбуждено дело 19-Р-16 по признакам нарушения Закона о рекламе в отношении ООО МФО «<...>», рассмотрение дела назначено на 09.08.2016 г.

На заседании комиссии директор ООО МФО «<...>» – <...> относительно возбужденного дела пояснил следующее.

Директор ООО МФО «<...>» подтвердил, что общество является рекламодателем данной рекламы. Рассматриваемая реклама, имеющая признаки нарушения была изменена. В данный момент слово «самый» отсутствует в рекламе ООО МФО «<...>». Общество подали заявку в рекламное агентство на изменение второй части рекламного баннера. Также представитель общества указал, что до 12.08.2016 года он разместит рекламу в соответствии с Законом о рекламе.

Изучив материалы дела, оценив пояснения представителя ООО МФО «<...>», комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 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 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования - 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная на баннере и окнах организации по адресу: г. Абакан, ул. Тараса Шевченко, 62, следующего содержания: «НЗ. Надежный Займ. Самый низкий процент в регионе! Пенсионерам и официально трудоустроенным – 1%. Шевченко, 62», полностью подпадает под понятие «реклама», так как имеет все признаки, характеризующие данное понятие.

В соответствии со [статьей 4](#) Федерального закона от 26.07.2006 года № 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.

Рассматриваемая реклама продвигает финансовую услугу - займ,

предоставляемую ООО МФО «<...>».

[Частью 1 статьи 5](#) Закона о рекламе установлено, что недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя 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: "самый", "дешевле", "лучший", "первый", "номер один", (список слов не ограничен) должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. В рассматриваемом случае в рекламе указано: «самый низкий процент в регионе».

Согласно словарю Ожегова С.И. слово «самый» - при прилагательном образует его превосходную степень, а при существительном указывает на крайнюю степень количества или качества. С. хороший. С. модный. Самая малость. Самые пустяки.

Так как в выражении «самый низкий процент в регионе» не указано: на кого распространяется данное утверждение, то можно предположить, что при осуществлении займа ООО МФО «<...>» выдает сумму под самый низкий процент, чем у всех независимо от места нахождения организационной формы субъекта: будь то ломбард или любой другой субъект, уполномоченный на выдачу займа.

Таким образом выражение «самый низкий процент в регионе» не имеет конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В данном случае утверждение «самый низкий процент в регионе» заведомо вводит потребителя в заблуждение, так как не имеет конкретных критериев, по которым было бы возможно установить факт достоверности рекламы.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе 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.

Также в размещенной Обществом рекламной информации, имеется следующее утверждение «пенсионерам и официально трудоустроенным – 1%; каких-либо иных сведений о рекламируемой финансовой услуге в рекламе не содержится.

Сведения о возрасте заемщика, сроках займа, сумме займа, об условиях погашения, о процентной ставке за пользование рекламируемой услугой, влияющие на окончательную сумму доходов (расходов) потребителя, воспользовавшегося предложением Общества, являются существенной информацией, необходимой потребителю для принятия осознанного решения.

Данное обстоятельство подтверждается Правилами предоставления займов ООО МФО «<...>».

Таким образом, стоимость рекламировавшейся финансовой услуги - займа для заемщика (потребителя услуги) объективно не могла складываться только из указанной в рекламе одной составляющей: процентной ставки.

Поскольку указанная информация, выявленная в ходе рассмотрения настоящего дела является существенной, то вышеуказанные условия предоставления займа могут повлиять на сумму расходов; отсутствие данной информации в рекламе способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого продукта.

Согласно части 7 статьи 5 Закона 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.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности 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 размещенной Обществом рекламной информации указана процентная ставка займа в размере от 1 %, каких-либо иных сведений об услуге, которые могут повлиять на сумму доходов (расходов) клиента, в рекламе не содержится.

Поскольку распространяемая ООО МФО «<...>» реклама финансовой услуги (займа) направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Таким образом, Комиссия Хакасского УФАС России, проанализировав материалы дела, изучив представленные пояснения, пришла к выводу о признании ООО МФО «<...>» нарушившим пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Указанное нарушение рекламного законодательства образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ – 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.

Согласно статьи 23.48 КоАП РФ территориальные антимонопольные органы уполномочены рассматривать дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ, устанавливающей ответственность должностных лиц за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Поводом к возбуждению дела об административном правонарушении послужило непосредственное обнаружение должностным лицом данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

На основании выписки из Единственного государственного реестра юридических лиц от 04.10.2016 года директором ООО МФО «<...>» является <...>

В соответствии со статьей 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.

В силу примечания к статье 2.4 КоАП РФ руководители организаций, осуществляющих полномочия единоличных исполнительных органов организаций, являющихся учредителями юридических лиц, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

В связи с чем, 12.08.2016 года заказным письмом по юридическому адресу ООО МФО «<...>» и месту жительства <...> было направлено уведомление о составлении протокола. Указанное уведомление было получено 18.08.2016 года (почтовое уведомление <...>).

20.09.2016 заместителем руководителя – начальником отдела антимонопольного законодательства и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия Темеревой Т.В. в отсутствие представителя ООО МФО «<...>» составлен протокол № 17-Р-16-АП об административном правонарушении, определением от 20.09.2016 рассмотрение дела назначено на 04.10.2016. Указанные протокол и определение по делу № 17-Р-16-АП об административном правонарушении направлены почтовым отправлением по юридическому адресу ООО МФО «<...>» и месту жительства <...> и получены адресатом 27.09.2016 г. (почтовый идентификатор <...>).

Рассмотрев материалы дела, прихожу к следующим выводам.

Срок давности привлечения должностного лица – директора ООО МФО «<...>» к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

Федеральным [законом](#) от 03.07.2016 № 316-ФЗ "О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" в [КоАП](#) РФ были внесены изменения.

[Статья 3.4](#) КоАП РФ дополнена [частью 3](#), согласно которой, 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 может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования

юридического лица, или юридическому лицу, **а также их работникам** на предупреждение в соответствии со [статьей 4.1.1](#) настоящего Кодекса.

Согласно [части 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](#). Предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме (часть 1 статьи 3.4 КоАП РФ).

В соответствии с [частью 2 статьи 3.4](#) КоАП РФ 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.

Таким образом, из приведенных выше положений следует, что 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 может быть заменено являющимся субъектами малого или среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или 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.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на дату рассмотрения настоящего дела ООО МФО «<...>» является малым предприятием, следовательно, является субъектом малого и среднего предпринимательства.

Правонарушение, квалифицируемое по статье 14.3 КоАП РФ, совершено ООО МФО «<...>» впервые.

В материалах дела отсутствуют доказательства, что рассматриваемое нарушение законодательства о рекламе причинило вред жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, а также безопасности государства, либо создало угрозу чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также причинило имущественный ущерб.

Таким образом, прихожу к выводу, что имеются основания для применения статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ, и административное наказание в виде административного штрафа может быть заменено на административное наказание в виде официального порицания – предупреждение.

Руководствуясь статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать директора ООО МФО «<...>»<...> виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить административное наказание в виде предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1, а также частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно 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.

Постановление по делу об административном правонарушении выдано 04 октября 2016 года, вступает в законную силу с 25 октября 2016 года в соответствии с требованиями пунктов 1, 2 статьи 31.1 КоАП РФ.

Заместитель руководителя –

начальник отдела антимонопольного

законодательства и рекламы

...