

Я, заместитель руководителя Кабардино-Балкарского УФАС России-начальник отдела антимонопольного контроля, рекламы и организации деятельности ***, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 007/04/14.3-392/2024, возбужденного в отношении должностного лица «ИП ***» ***,

Установила:

Общественным советом при Кабардино-Балкарского УФАС России установлен факт распространения рекламы, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее также – Закон о рекламе).

Так, напротив здания, находящегося возле дороги по адресу: г. Нальчик по ул. Тарчокова 131/В строение 2 располагается рекламная конструкция со следующим содержанием:

« +7 (989) 169-92-84

+7 (909) 443-40-90

Освободим от кредитов

г. Нальчик, ул. Тарчокова 131/Б, 2 этаж

».

Далее, на входной группе здания, находящегося по адресу: г. Нальчик по ул. Тарчокова 131/Б, располагается рекламная конструкция со следующим содержанием:

« +7 (989) 169-92-84

+7 (909) 443-40-90

Юридическая компания «СПРАВЕДЛИВОСТЬ»

Освободим от кредитов (банкротство физических и юридических лиц)

- Семейные споры
- Защита пенсионных прав
- Открытие ООО и ИП
- Земельные вопросы
- Составление заявлений, договоров, жалоб и пр.».

Сбоку от входа на фасаде указанного здания также висит еще одна

рекламная конструкция со следующим содержанием:

«Юридическая компания СПРАВЕДЛИВОСТЬ.

Банкротство-справедливость.РФ

+ 7 938 075 66 66

Тарчокова 131 б / 2 этаж

- Банкротство физических и юридических лиц
- Арбитражные споры
- Помощь в получении материнского капитала
- Подбор, продажа и сопровождение сделок с недвижимостью
- Семейные споры
- Составление договоров, заявлений, жалоб и др.».

Также имеются фотографии указанной рекламы.

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.

Согласно пункту 2 и 3 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая рекламная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе, следовательно, на нее распространяются требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

Одной из целей Закона о рекламе является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.

Законом о рекламе установлены общие требования к рекламе:

«Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускается».

Из буквального содержания рассматриваемой рекламы следует, что Юридическая компания «СПРАВЕДЛИВОСТЬ» осуществляет процедуру банкротства и освобождает от кредитов (банкротство физических и юридических лиц).

В соответствии с Федеральным законом от 26.10.2002г. №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (далее – ФЗ «О банкротстве»), банкротство – это признанная арбитражным судом или наступившая в результате завершения процедуры внесудебного банкротства гражданина неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам, о выплате выходных пособий и (или) об оплате труда лиц, работающих или работавших по трудовому договору, и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

Таким образом, признание гражданина банкротом возможно в судебном порядке, а также путем внесудебной процедуры, при этом распространяемая рекламная информация вводит потребителей в заблуждение, так как юридическая компания «Справедливость» не осуществляет процедуру банкротства, а оказывает юридические услуги по сопровождению в данной процедуре, начиная от консультации и составления, подачи заявления в суд, заканчивая представлением интересов в суде.

По результатам рассмотрения заявления суд может вынести определение о признании заявления обоснованным и введении реструктуризации долгов гражданина.

В определенных случаях (ч.4 ст.213.28 ФЗ «О банкротстве») арбитражный суд в определении о завершении реализации имущества гражданина указывает на неприменение в отношении гражданина правила об освобождении от исполнения обязательств либо выносит определение о неприменении в отношении гражданина правила об освобождении от исполнения обязательств, если эти случаи выявлены после завершения реализации имущества гражданина.

При этом гражданин, признанный банкротом, не освобождается от дальнейшего исполнения, в частности, требований по текущим платежам, о возмещении вреда жизни или здоровью, возмещении морального вреда, взыскании алиментов, а также оставшихся непогашенными требований кредиторов, при возникновении и исполнении которых должник действовал недобросовестно.

Кроме того, действующее законодательство исключает возможность банкротства испытывающего временные трудности гражданина, который в течение непродолжительного времени может исполнить в полном объеме свои обязательства исходя из размера его планируемых доходов (абзац седьмой п. 3 ст. 213.6 ФЗ «О банкротстве»).

Гарантировать списание долгов невозможно. Признание гражданина банкротом не влечет за собой автоматически освобождение от долгов. Рассмотрение вопроса отнесено исключительно к компетенции судебной инстанции.

Таким образом, признанный банкротом гражданин не освобождается автоматически от долгов, поэтому использованная в рассматриваемой рекламе формулировка: «освободим от кредитов (банкротство физических и юридических лиц)» вводит потребителей в заблуждение и не может восприниматься как достоверная.

Также ФЗ «О банкротстве» предусмотрено, что после признания гражданина банкротом возникают определенные последствия, установленные в статье 213.30 указанного закона.

Так, в течение пяти лет с даты завершения в отношении гражданина процедуры реализации имущества или прекращения производства по делу о банкротстве в ходе такой процедуры он не вправе принимать на себя обязательства по кредитным договорам и (или) договорам займа без указания на факт своего банкротства, в течение трех лет с даты завершения в отношении гражданина процедуры реализации имущества или прекращения производства по делу о банкротстве в ходе такой процедуры он не вправе занимать должности в органах управления юридического лица, иным образом участвовать в управлении юридическим лицом, в течение десяти лет с даты завершения в отношении гражданина процедуры реализации имущества или прекращения производства по делу о

банкротстве в ходе такой процедуры он не вправе занимать должности в органах управления кредитной организации, иным образом участвовать в управлении кредитной организацией и иные.

При этом следует отметить, что ФЗ «О банкротстве» достаточно сложный закон. Обычный потребитель, не обладающий специальными знаниями, может быть введен в заблуждение рассматриваемой рекламой.

Согласно части 7 статьи 5 ФЗ «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 рекламе в отношении услуги по банкротству сообщается наиболее привлекательная информация, тем самым вводя в заблуждение потребителя рекламы путем формирования у него представления, что можно брать долги и не отдавать, а также создавая ложное впечатление о том, что процедуру банкротства проводят юристы и сама процедура не влечет для гражданина никаких последствий. Иная же информация, в том числе об ограничениях применения процедуры банкротства, ограничениях для полного списания долгов, а также об ограничениях после введения процедуры банкротства и признания гражданина банкротом в рекламе отсутствует.

Учитывая изложенное, указанная реклама распространялась с признаками нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за размещение рекламы с признаками нарушения требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В ходе дальнейшего анализа указанной рекламы Управлением направлен запрос в Местную администрацию г.о. Нальчик о предоставлении сведений о лице, осуществляющем деятельность по адресу: г. Нальчик, ул. Тарчокова 131/Б, 2 этаж.

В соответствии с ответом, полученным по данному запросу по

указанному адресу, осуществляет деятельность ИП *** (ИНН 071404815157, ОГРНИП 321072600022972).

Таким образом, на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе определением от 02.04.2024 года № ЗК/1323/24 было возбуждено дело № 007/05/5-282/2024, ИП *** был привлечен к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе.

Рассмотрение дела было назначено на 09.04.2024 года в 11 часов 00 минут.

На рассмотрение дела в назначенное время явился ***, который также представил 08.04.2024 года пояснения по фактам вменяемого правонарушения, согласно которым реклама, находящаяся на фасаде перед входом в здание, а также сбоку от входа в указанное здание расположена во дворе дома, что является частной собственностью. Одним из признаков рекламы является адресация неопределенному кругу лиц, однако, рекламу, расположенную на фасаде дома нельзя причислить к адресованной неопределенному кругу лиц, поскольку доступ к проходу в дом имеет не каждый желающий.

Согласно правовой позиции, изложенной в [пунктах 1, 2](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»», при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Информационные плакаты, которые находятся во дворе здания, в котором располагается офис юридической компании «Справедливость», содержат следующие признаки рекламы:

- информация распространена посредством размещения на фасаде и входной группе здания, расположенного по адресу: г. Нальчик, ул. Тарчокова 131/Б;

- информационные плакаты содержат элементы, направленные на привлечение внимания потребителей;

- обращены на улицу и адресованы не только лицам, которые непосредственно намерены посетить офис юридической компании «Справедливость», воспользоваться предоставляемыми им услугами, но и неопределенному кругу лиц, осуществляющими движение по улице, в том числе в транспорте, так как въезд во двор является открытым и в указанном дворе также, к примеру, расположена автомобильная мойка;

- в указанных информационных плакатах также отсутствует указание на лиц, для которых она создана и на восприятие которых направлена, заранее невозможно определить всех лиц, до которых такая информация будет доведена, таким образом, указанная информация адресована неопределенному кругу лиц;

- информация направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание к нему интереса и его продвижению на рынке.

Информационный плакат, который находится возле дороги напротив здания, находящегося по адресу: г. Нальчик по ул. Тарчокова 131/В строение 2 помимо информации обязательной в силу размещения закона, обычаев делового оборота (коммерческое наименование, режим работы, сведения о лице, осуществляющем деятельность) содержит сведения рекламного характера, а именно номер телефона и рекламный слоган:

«Освободим от кредитов».

Поскольку исключительной или основной целью размещения рекламных конструкций (на фасаде здания, на входной группе здания, а также на конструкции возле дороги) является не указание сведений о юридической компании, в соответствии с требованиями закона и обычаями делового оборота, а привлечение внимания неопределенного круга лиц к деятельности юридической компании

«Справедливость», указанные конструкции являются рекламными.

Учитывая изложенное, данный довод Комиссией не принимается.

Также, *** пояснил, что термин «освободим от кредитов» имеет акцентирующий характер к предоставляемым услугам, деятельность осуществляется легально и в строгом соответствии с законодательством.

Вместе с тем, используемая формулировка придает процедуре банкротство позитивную окраску и позиционирует ее как освобождение долгов легким способом, при этом указывая именно «освобождение от кредитов», не связывая его с какими-либо условиями реализации.

Доводы ответчика о том, что компания не дает гарантию списания долгов, поскольку только суд определяет может ли физическое или юридическое лицо быть признано банкротом противоречит ее буквальному содержанию.

Также, в пояснениях указано, что обо всех последствиях процедуры банкротства клиенты предупреждаются на консультации, что также недостаточно для признания рекламы отвечающей требованию полноты существенной информации о рекламируемом товаре.

Отсутствие в рекламе указания на последствия банкротства, введенного в отношении физических лиц, свидетельствует об отсутствии в рекламе всей существенной информации о рекламируемой услуге, и условиях пользования данной услугой, что искажает информацию и вводит потребителя рекламы в заблуждение в отношении порядка оказания этой услуги, в связи с чем нарушается **часть 7 статьи 5** Закона о рекламе.

Потребитель при выборе товара (услуги) посредством восприятия рекламы делает свой выбор исходя из самой запоминающейся, самой понятной и самой, с его точки зрения, необходимой информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель не обязан проводить анализ рекламы на основании норм законодательства.

Поскольку рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителя желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя

(списание долгов), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Учитывая изложенное, данные доводы Комиссией не принимаются.

Аналогичная позиция изложена также в Постановлении Второго арбитражного апелляционного суда от 26.09.2023 года № 02АП-6298/2023 по делу № А17-3396/2023.

На рассмотрении дела, *** было озвучено, что рассматриваемые рекламные конструкции были демонтированы.

В связи с отсутствием у Комиссии доказательств демонтажа рекламных конструкций, в соответствии с пунктом 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, был объявлен перерыв в рассмотрении дела до 17:00 09.04.2024.

После перерыва *** представил доказательства демонтажа рекламных конструкций.

Таким образом, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия пришла к выводу, что реклама, размещенная на рекламных конструкциях, находящихся по следующим адресам: г. Нальчик, ул. Тарчокова 131/В строение 2, г. Нальчик, ул. Тарчокова 131/Б является ненадлежащей, поскольку она нарушает требования части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

Вышеуказанные действия рекламодателя содержат признаки состава административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 17 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.

Местом совершения административного правонарушения является Кабардино-Балкарская Республика, г. Нальчик, ул. Тарчокова 131/В строение 2 и ул. Тарчокова 131/Б.

Временем совершения административного правонарушения является 06.03.2024 года – день представления рассматриваемой рекламы Общественным советом при Кабардино-Балкарском УФАС России на заседании.

В соответствии с частью 1 статьи 23.48 КоАП РФ, в полномочия антимонопольных органов входит рассмотрение дел об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ.

О составлении протокола об административном правонарушении *** уведомлен надлежащим образом (уведомление о составлении протокола от 18.04.2024 года № ЗК/1609/24 вручено 24.04.2024 года, п/о № 80100695105434).

Для дачи объяснений по факту нарушения, а также для подписания протокола об административном правонарушении, назначенного на 07 мая 2024 года в 11 часов 00 минут, явился ***.

Факт наличия в его действиях вменяемого правонарушения признал.

Рассмотрение дела 007/04/14.3-392/2024 об административном правонарушении было назначено на 13 мая 2024 года в 15 часов 30 минут.

На рассмотрение дела явился ***.

Объект административного правонарушения: общественные отношения, возникающие в области рекламы.

Объективная сторона: состоит в части нарушения требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Субъект административного правонарушения: ***.

Субъективная сторона: как следует из материалов дела об административном правонарушении и установленных обстоятельств, у *** имелась возможность соблюдения установленных Законом о

рекламе требований. Однако *** не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, что свидетельствует о виновном совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. Доказательств наличия каких-либо объективных причин, препятствующих соблюдению установленных законодательством требований, в материалы дела не представлено.

Таким образом, состав административного правонарушения установлен и подтверждается материалами дела.

Срок давности привлечения *** к административной ответственности, установленной ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ за нарушение законодательства о рекламе, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

Обстоятельством, смягчающим административную ответственность является раскаяние лица, совершившего административное правонарушение согласно пункту 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ.

При рассмотрении дела об административном правонарушении № 007/04/14.3-392/2024, обстоятельств, отягчающих ответственность, не установлено.

Обстоятельства, исключающие производство по делу об административном правонарушении: не выявлены.

На основании изложенного, учитывая характер и обстоятельства совершенного правонарушения, руководствуясь частью 1 статьи 14.3, а также статьями 23.48 и 29.9 КоАП РФ,

Постановила:

1. Признать должностное лицо *** виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
2. Назначить наказание в виде административного штрафа в размере 4000 (четырёх тысяч) рублей 00 копеек.