

Заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и естественных монополий управления Федеральной антимонопольной службы России по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 38р-18/22-04-2018р от 22.05.2018, составленный <...> – начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области и материалы административного дела в отношении должностного лица – директора ООО «Вятка Займ» <...>, в связи с нарушением пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 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 № 22/04-2018р (резюлютивная часть решения оглашена 17 апреля 2018 года; в полном объеме решение изготовлено 18 апреля 2018 года) признана ненадлежащей реклама, размещенная на странице <...> газеты <...>, следующего содержания: «<...> *ДЕНЬГИ от 0,4% в день. Постоянным клиентам выгодные условия. Первый займ? – получи скидку и подарок! АКЦИЯ!!! Приведи друга и получи скидку! Именинникам скидка!* <...>. *Реклама*», которая не соответствует требованиям пункта 2 части 2, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Нарушение заключается в следующем.

Нарушение заключается в следующем.

В Кировское УФАС России поступило заявление физического лица (<...>) по вопросу нарушения, по мнению заявителя, рекламного законодательства при размещении рекламной информации следующего содержания: «<...> *ДЕНЬГИ от 0,4% в день. Постоянным клиентам выгодные условия. Первый займ? – получи скидку и подарок! АКЦИЯ!!! Приведи друга и получи скидку! Именинникам скидка!* <...>. *Реклама*» в газете <...> на странице <...>, которая содержит признаки нарушения, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 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 следующего содержания: «<...> *ДЕНЬГИ от 0,4% в день. Постоянным*

клиентам выгодные условия. Первый займ? – получи скидку и подарок! АКЦИЯ!!! Приведи друга и получи скидку! Именинникам скидка! <...> Реклама», размещена в рекламном-информационном издании, то есть, адресована неопределенному кругу лиц (читателям газеты), является общедоступной для всех без исключения категорий населения, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (ООО «Вятка Займ» и оказываемым им финансовым услугам), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам (предоставление займов) и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Таким образом, вышеуказанная информация об организации ООО «Вятка Займ» и предоставляемых им услугах содержит все признаки рекламы, перечисленные в пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», в связи с чем признается рекламой.

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).

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

В рекламной информации следующего содержания: «<...> ДЕНЬГИ от 0,4% в день. Постоянным клиентам выгодные условия. Первый займ? – получи скидку и подарок! АКЦИЯ!!! Приведи друга и получи скидку! Именинникам скидка! <...>. Реклама», размещенной в газете <...>, объектом рекламирования является услуга – выдача займов.

Таким образом, исходя из вышеуказанных нормативно определенных понятий, указанные в спорной рекламе услуги (займы) 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».

[Пунктом 2 части 2 статьи 28](#) Федерального закона «О рекламе» предусмотрено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

При этом в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Согласно ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с [Федеральным законом](#) от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Статья 432 Гражданского кодекса РФ к существенным относит условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», при этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 указанного закона.

Учитывая изложенное, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита (займа), пользованием им и погашением кредита (займа), содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа) и влияющие на нее.

Рассматриваемая рекламная информация содержала только часть условий по предоставлению займа, а именно: процентную ставку («от 0,4% в день»).

При этом иные существенные условия предоставления займа, такие как максимальная и минимальная сумма займа, срок возврата займа, валюта, в которой предоставляется займ, годовая процентная ставка, в данной рекламе не указаны.

Исходя из анализа положений Федерального закона «О рекламе», целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Закон не предъявляет требования указать всю существенную

информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге). Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Поскольку распространенная реклама финансовой услуги 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 рекламы. Отсутствие всех существенных условий предоставления займа может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

Указывая в рекламе процентную ставку («от 0,4% в день»), рекламодаделец привлекает внимание к финансовым услугам, вместе с тем информация о том, что процентная ставка тесно взаимосвязана с иными критериями: годовой процентной ставкой, минимальной и максимальной суммой займа, сроком предоставления финансовой услуги, является существенной, и ее отсутствие в любом случае вводит потребителей в заблуждение относительно возможности получения займа с процентной ставкой от 0,4% в день. Данные условия являются существенными и влияют как на стоимость займа, так и на окончательную сумму расходов потребителя, воспользовавшегося предложением ломбарда по займу.

Таким образом, спорный рекламный модуль умалчивает об иных условиях оказания соответствующей услуги, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, а также не содержит необходимых условий, определяющих полную стоимость займа и влияющих на нее, и размещен с нарушением п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 7 ст. 5 Федерального 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.

Поскольку распространенная реклама финансовых услуг 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 рекламы. Отсутствие всех существенных условий об условиях предоставления займа может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Следовательно, спорная реклама нарушает ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений части 7 статьи 5, пункта 2 части 2

статьи 28, части 3 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 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Из анализа представленных документов, а именно: Договор на размещение рекламы от <...>, Счет № <...>, Акт № <...> об оказании услуг, Платежное поручение <...> было установлено, что определение содержания спорной рекламы производилось ООО «Вятка Займ».

Указанный факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 22/04-2018р.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее 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 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, времени и месте рассмотрения протокола должностное лицо ООО «Вятка Займ» директор <...> уведомлена надлежащим образом (определение получено 02.08.2018г. представителем по доверенности <...>). На рассмотрение протокола должностное лицо <...> – директор Общества не явилась. Протокол рассмотрен в присутствии представителя по доверенности <...>.

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 22.02.2018 г. (дата выхода газеты <...>).

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях должностного лица ООО «Вятка Займ», выразившийся в определении содержания рекламы: «<...> *ДЕНЬГИ от 0,4% в день. Постоянным клиентам выгодные условия. Первый займ? – получи скидку и подарок! АКЦИЯ!!! Приведи друга и получи скидку! Именинникам скидка!* <...>. Реклама», размещенной на странице <...> газеты «<...>», в которой отсутствуют существенные условия предоставления финансовой услуги (займа), а также отсутствует часть существенной информации о товаре, об условиях его приобретения, при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы, которая умалчивает об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов или на сумму расходов, при этом в рекламе сообщается одно из таких условий, в нарушение требований пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О

рекламе».

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

Объективной стороной административного правонарушения являются действия должностного лица – директора ООО «Вятка Займ» <...> по определению содержания рекламы, не соответствующей требованиям пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.4 КоАП РФ должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Согласно Приказу № 1 ООО «Вятка Займ» от <...> о вступлении в должность директора, а также Выписке из Единого реестра юридических лиц <...> является директором ООО «Вятка Займ», которое, являясь рекламодателем, определило содержание спорной рекламы. Именно <...> должна была предотвратить нарушение рекламного законодательства, однако, его допустила. Соответственно, <...> является субъектом административного правонарушения.

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 предвидела возможности наступления вредных последствий, хотя должна была и могла их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение совершено по вине должностного лица – <...> – директора ООО «Вятка Займ» в форме неосторожности.

Место размещения рекламы следующего содержания: «<...> ДЕНЬГИ от 0,4% в день. Постоянным клиентам выгодные условия. Первый займ? – получи скидку и подарок! АКЦИЯ!!! Приведи друга и получи скидку! Именинникам скидка! <...>. Реклама» страница <...> газеты <...>, адрес редакции СМИ: <...>; время - 22.02.2018 (дата выхода газеты <...>).

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 38р-18/22-04-18р от 22.05.2018 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 22/04-2018р.

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.

Таким образом, совершенные должностным лицом – <...>, являющейся директором ООО «Вятка Займ», действия по определению содержания рекламы: «<...> ДЕНЬГИ от 0,4% в день. Постоянным клиентам выгодные условия. Первый займ? – получи скидку и подарок! АКЦИЯ!!! Приведи друга и получи скидку! Именинникам скидка! <...>. Реклама», размещенной на странице <...> газеты <...>, в нарушение требований пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий.

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 – директора ООО «Вятка Займ» <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

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.

На дату рассмотрения протокола об административном правонарушении в Реестре субъектов малого и среднего предпринимательства сведения об ООО «Вятка Займ» отсутствовали.

Вместе с тем представленными ООО «Вятка Займ» документами (уведомление о переходе на упрощенную систему налогообложения (форма № 26.2-1), квитанция о приеме налоговой декларации (расчета), налоговая декларация по налогу, уплачиваемому в связи с применением упрощенной системы налогообложения, сведения о среднесписочной численности работников за предшествующий календарный год от 01.01.2018г.) подтверждается, что Общество отвечает признакам, перечисленным в части 1 статьи 4 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства».

Согласно ответу УФНС России по Кировской области Межрайонной инспекции Федеральной налоговой службы № 14 по Кировской области (<...>) ООО «Вятка Займ» не представлены сведения о среднесписочной численности работников по состоянию на 01.01.2017г., поэтому при формировании Единого реестра среднего и малого предпринимательства организация была из него исключена. Однако принимая во внимание, что ООО «Вятка Займ» представило всю необходимую отчетность, Общество войдет в реестр субъектов малого и среднего предпринимательства 10.08.2018г.

В связи с вышеизложенным, а также с учетом того, что 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. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 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,

ПО С Т А Н О В И Л:

1. Признать должностное лицо – директора ООО «Вятка Займ» <...> виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к должностному лицу – директору ООО «Вятка Займ» <...> 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

или после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.