

# ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения

город Омск

20 января 2021 года

Дело  
№

055/04/14.3-  
9/2021

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) (...), рассмотрев протокол об административном правонарушении от 13.01.2021 и другие материалы дела, возбужденного по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении индивидуального предпринимателя (...)

в отсутствие ИП (...)

## У С Т А Н О В И Л А:

Решением Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 18.11.2020 по делу № 055/05/28-1050/2020 реклама ИП (...) была признана ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

Комиссией Омского УФАС России также было принято решение о передаче материалов дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Протоколом об административном правонарушении от 13.01.2021 № 055/04/14.3-9/2020 в отношении ИП (...) возбуждено дело.

Доказательствами по делу об административном правонарушении, установленными протоколом и другими документами, подтверждено следующее.

В адрес Омского УФАС России из прокуратуры Омской области, Сибирского ГУ Банка России поступило обращение гражданина по факту распространения ненадлежащей рекламы ломбардов/комиссионных магазинов на территории города Омска.

В ходе осуществления выезда по адресу: г. Омск, пр. Комарова, д. 6 (территория МУП г.Омска «Муниципальные рынки» филиал «Левобережный») установлены факты распространения информации:

- над входом в администрацию рынка «Победа комиссионный магазин Покупка продажа

*аксессуары огромный выбор мы лучше чем ЛОМБАРД, деньги под залог 0% \* на 7 дней»;*

*- на нестационарном торговом объекте «Реальные цены Продажа покупка техники Победа комиссионный магазин 0%\* на 7 дней мы лучше чем ломбард», «Деньги под залог от 0,3% до 1 %», «Покупка продажа мобильные телефоны планшеты ноутбуки аксессуары огромный выбор Самые низкие цены в городе», «Акция Выдача займов новым клиентам под залог на 7 дней без процента 0%\*».*

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к комиссионному магазину «Победа».

МУП г. Омска «Муниципальные рынки» представлена информация о том, что *«владелец торгового павильона и лицом, разместившим рекламу на указанных в запросе местах, является индивидуальный предприниматель (...)...»*, в качестве доказательства представлены документы:

- договор № Р-092 от 01.06.2018 о предоставлении ИП (...) рекламного места площадью 5 кв.м., расположенного на территории крытого рынка филиала «Левобережный»;

- договор № 60-003 от 01.05.2020 о предоставлении торгового места на территории крытого рынка, на основании которого ИП (...) принимает во временное пользование оборудованное торговое место площадью 15 кв.м.

ИП (...) представлены пояснения, согласно которым: *«В 2018 году был заключен договор о размещении с МУП «Муниципальные рынки», в 2020 г. меняли только содержание рекламы, место осталось тоже..... Победа комиссионный магазин - это наше название; - покупка, продажа, аксессуары огромный выбор – это наш вид деятельности - мы лучше, чем ломбард – это для привлечения внимания, что мы покупаем или продаем технику намного выгоднее чем ломбард; - займы не выдаем, размещали данную информацию для будущего развития компании».*

При этом материалами дела об административном правонарушении установлено:

1. Спорная реклама содержит информацию о предоставлении займов (с указанием условий их выдачи - процентная ставка и срок).

На основании пункта 5 части 1 статьи 3 Федерального закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее - Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» *профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов - деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, займов, предоставляемых физическим лицам, являющимся учредителями (участниками) или аффилированными лицами коммерческой организации, предоставляющей заем, займов, предоставляемых брокером клиенту для совершения сделок купли-продажи ценных бумаг, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).*

В соответствии со статьей 4 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

Действующим законодательством определен перечень субъектов, имеющих право осуществлять профессиональную деятельность по выдаче потребительских займов, к ним относятся кредитные организации, микрофинансовые организации, кредитные кооперативы и ломбарды.

При этом ИП (...) не относится к субъектам, которые в соответствии со статьей 4 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» имеют право осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению займов.

Таким образом, разместив рекламу займов, ИП (...) нарушил требования части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», согласно которой 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.

2. Одновременно реклама комиссионного магазина «Победа» содержит сравнение:

- со всеми ломбардами за счет использования фразы «мы лучше, чем ЛОМБАРД»;
- с ценами других конкурентов посредством использования фразы «Самые низкие цены в городе».

Сравнение предполагает такую подачу информации, в которой сопоставляются два и более явления, исследуются их параметры, сходство или различие. Применительно к сравнению товаров это может осуществляться как путем прямого сопоставления конкретных характеристик, свойств, параметров изделий, так и уподобления одного изделия другому либо указанием на их различность. К некорректному сравнению должно относиться такое, которое противопоставляется корректному. В толковом словаре термин «корректный» определяется как «вежливый, тактичный, учтивый», а также «правильный, точный». Соответственно для целей определения понятия некорректного сравнения необходимо понимать неточное, неправильное сравнение. При этом приводимые в таком сравнении сведения являются в принципе достоверными, однако их компоновка или выбор создают определенную несовместимость. Так, некорректным может быть признано сравнение, которое основано на несопоставимых фактах, при котором создается общее, вводящее в заблуждение впечатление (относительно самой возможности сравнения), при сравнении необъективных характеристик (письмо ФАС России от 30.09.2011 № АК/37027 «О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе»).

В данном случае некорректным сравнением является указание на преимущество предоставляемых комиссионным магазином «Победа» услуг перед услугами ломбардов, поскольку правовое регулирование деятельности указанных хозяйствующих субъектов различно.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения

рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Кроме того, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами посредством употребления слова «самые» должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

Учитывая вышеизложенное, реклама комиссионного магазина «Победа», содержащая фразы: «Мы лучше, чем ЛОМБАРД», «Самые низкие цены в городе», нарушает требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»).

Исходя из материалов дела, ИП (...) является рекламодателем.

Согласно части 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 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.

Рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пунктом 1 части 3 статьи 5, частью 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» (часть 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»).

Таким образом, ИП (...), имея возможность для соблюдения требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», не приняв все зависящие от него меры по их соблюдению, совершил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Местом совершения административного правонарушения является г. Омск.

Временем совершения административного правонарушения является июль 2020 года.

На момент рассмотрения дела об административном правонарушении сроки давности привлечения к административной ответственности, установленные статьей 4.5 КоАП РФ, не истекли.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение ИП (...) установленных Федеральным законом «О рекламе» требований, а также обстоятельства, вынуждающие его действовать в состоянии крайней необходимости,

при рассмотрении дела не установлены.

При назначении наказания учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ.

Должностным лицом, рассматривающим дело, в качестве обстоятельства, смягчающего административную ответственность (статья 4.2 КоАП РФ), признан факт совершения ИП (...) административного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность (статья 4.3 КоАП РФ), не выявлено.

На основании 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.

Согласно частям 1, 2 и 3 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. 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.

Сведения из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на сайте Федеральной налоговой службы России <https://rmsp.nalog.ru> подтверждают, что ИП (...) является субъектом малого и среднего предпринимательства – микропредприятием (дата внесения сведений в реестр 01.08.2016).

Оценив характер и обстоятельства совершенного ИП (...) административного правонарушения, должностное лицо усмотрело основания для применения положений статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ, поскольку их применение в данной ситуации является справедливым, отвечающим принципу целесообразности юридической ответственности, характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения, соответствует как интересам лица, привлекаемого к ответственности, так и интересам

государства.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, частью 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### ПОСТАНОВИЛА:

Признать индивидуального предпринимателя (...) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и применить к нему меру ответственности, предусмотренную частью 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в виде предупреждения за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и 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 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

По истечении этого срока необжалованное и неопротестованное постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу и обращается к исполнению.