

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 101р-17/66-04-16р

о наложении штрафа по делу

об административном правонарушении

«24» августа 2017 г.

г. Киров

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области – начальник отдела контроля закупок <...>, рассмотрев протокол № 101р-17/66-04-16р от 18.07.2017, составленный <...>, начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении физического лица – <...> (<...>), в связи с нарушением части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 66/04-16р (резольютивная часть решения оглашена 14 апреля 2017 года; в полном объеме решение изготовлено 27 апреля 2017 года) признана ненадлежащей реклама финансовых услуг: *«Поможем получить КРЕДИТ на любые нужды, рассмотрение за 30 мин., можно по паспорту, без офиц. работы. <...>»,* размещенная в приложении к газете «Про Город Киров» от 23.09.2016 №39(160) – «Про Город Покупателю» на 38 странице, в отсутствие у ООО «Флекс», услуги которого рекламируются, лицензии кредитной организации и, соответственно, полномочий на осуществление деятельности по выдаче кредитов, что вводит потребителей в заблуждение, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела установлено следующее.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» Кировским УФАС России было установлено, что рекламная информация следующего содержания: *«Поможем получить КРЕДИТ на любые нужды, рассмотрение за 30 мин., можно по паспорту, без офиц. работы. <...>»,* размещенная в приложении к газете «Про Город Киров» от 23.09.2016 №39(160) – «Про Город Покупателю» на 38 странице, содержит признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

Согласно ст. 3 Федерального закон «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: *«Поможем получить КРЕДИТ на любые нужды, рассмотрение за 30 мин., можно по паспорту, без офиц. работы. <...>»*, размещенная в приложении к газете «Про Город Киров» от 23.09.2016 №39(160) – «Про Город Покупателю» на 38 странице, адресована неопределенному кругу лиц, поскольку размещена в средстве массовой информации – газете, соответственно ознакомиться с данной информацией имеет возможность любое лицо – читатель газеты, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (финансовым услугам – кредит) и его продвижение на рынке товаров, то есть соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

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

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Требования статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «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.

К финансовой организации, оказывающей финансовые услуги, относится кредитная организация. Согласно ст. 1 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности», кредитной организацией является юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка Российской Федерации имеет право осуществлять банковские операции, предусмотренные действующим законодательством.

В силу части 1 статьи 819 Гражданского кодекса РФ (далее – ГК РФ) по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

При этом кредит является одной из форм размещения денежных средств, которая в силу пункта 2 части 1 статьи 5 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности», относится к банковским операциям.

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

В спорной рекламе, размещенной в приложении к газете «Про Город Киров» от 23.09.2016 №39(160) – «Про Город Покупателю» на 38 странице, объектом рекламирования является услуга – выдача кредита, о чем свидетельствуют используемые фразы: «КРЕДИТ на любые

нужды», «рассмотрение за 30 мин», «можно по паспорту, без офиц. работы».

Таким образом, исходя из вышеуказанных нормативно определенных понятий, указанные в спорной рекламе услуги (предоставление кредита) 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 от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Довод ИП <...>., ООО «Флекс», <...>. о том, что объектом рекламы являются консультационные услуги, которые оказывает ООО «Флекс», со ссылкой на то, что в рекламе имеется следующая оговорка: «поможем получить кредит», комиссия Кировского УФАС России считает необоснованной по следующим основаниям.

Как следует из содержания спорной рекламы, фраза «поможем получить» сделана мелким шрифтом вверху рекламного объявления и не привлекает внимания ввиду наличия центрального слова «КРЕДИТ», занимающего одну третью часть рекламного модуля. То есть, оговорка размещена способом, который не предполагает, что она будет прочитана.

Данный вывод следует из признания общеизвестным того факта, что потребители не уделяют значительного времени на изучение рекламы, что среди специалистов в области маркетинга называется одним из классических принципов рекламы – «правилом 3 секунд», которое означает, что потребитель рекламы тратит на изучение рекламы в среднем 3 секунды.

Указание в рекламе информации мелким шрифтом, свидетельствует об отсутствии части существенной информации о рекламируемом товаре (услугах), формальное присутствие в рекламе таких условий не может расцениваться как их наличие.

Кроме того, данная приписка об оказании помощи в получении кредита, может быть воспринята потребителем в отрыве от общего контекста спорной рекламы (предоставление кредита), занимающей основную площадь рекламного объявления, как дополнительная услуга, оказываемая ООО «Флекс».

Данные выводы подтверждаются мнением членов Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России, высказанным на заседании 07.12.2016, согласно которому объектом рекламирования, на первый взгляд, являются услуги по предоставлению кредита, не бросается в глаза фраза «поможем получить». Рекламодатель использует психологический прием для привлечения внимания к предоставляемой услуге – кредиту (а не к помощи в получении кредита) путем выделения слова «Кредит» и номера телефона более крупным шрифтом, следовательно, реклама вводит в заблуждение относительно объекта рекламирования. Информацию, размещенную с правой стороны рекламного модуля, невозможно прочитать. Создается ощущение, что данная реклама – финансовая махинация для привлечения потребителя в организацию, предоставляющую услуги по выдаче кредита через организацию, осуществляющую помощь в получении кредита. Данная позиция была озвучена с точки зрения восприятия рекламы в качестве потребителей и расценена как ненадлежащая. 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 информации, вводящей в заблуждение потребителей.

Частью 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» установлено, что если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким

требованиям, не допускается.

Комиссией установлено, что ООО «Флекс», услуги которого рекламируются, не является финансовой организацией, соответственно не имеет лицензию банка и не состоит в государственном реестре микрофинансовых организаций, что подтверждается сведениями из ЕГРЮЛ, сведениями сайта Банка России "Государственный реестр микрофинансовых организаций" и заявителем не оспаривается.

Исходя из положений Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» осуществлять выдачу кредитов могут только кредитные организации на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка Российской Федерации.

Таким образом, лицо осуществляющее деятельность по выдаче денежных средств на основании кредитного договора должно обладать специальным статусом.

Поскольку ООО «Флекс», чьи услуги рекламируются, не имеет лицензии Центрального банка Российской Федерации на осуществление деятельности, связанной с выдачей кредитов, соответственно, спорная реклама финансовых услуг размещена с нарушением требований части 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии 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.

Исходя из содержания спорной рекламы, можно сделать вывод о том, что данная реклама направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, именно потребителей (физических лиц), которые в свою очередь являются менее защищенной категорией. Спорная реклама сформирована таким образом, что у потребителя, ознакомившегося с данной рекламой, создается впечатление (должно создаваться впечатление) о том, что объектом рекламирования является именно услуга по предоставлению денежных средств (кредит) и возможность их получения у рекламодателя, а никак не оказание консультационных услуг населению, лицом, не являющимся банком или кредитной организацией.

Кроме того, отсутствие такого существенного условия оказания рекламируемых услуг, как информация о лице, оказывающем финансовую услугу - кредит, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Учитывая изложенное, предоставляемые ООО «Флекс» консультационные услуги не являются финансовыми, вместе с тем ссылка в рекламе на возможность получения финансовой услуги (кредит) искажает смысл информации, содержит подмену понятий и не дает потребителям рекламы верного представления о наименовании услуги, и может ввести потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами, в заблуждение. Следовательно, спорная реклама нарушает часть 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение

требований, установленных части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель. Рекламопроизводитель несет ответственность в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

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

В соответствии с договором <...> <...> произведен заказ на размещение ИП <...> рекламных материалов в печатном СМИ «Про Город» на основании заявки <...>. ИП <...>, выставлен счет <...> за размещение рекламы. Оплата за размещение произведена <...> согласно приходному кассовому ордеру <...>, физическим лицом подписан акт <...>. Содержание рекламы согласовано <...>.

Исследовав указанные документы, Кировское УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем спорной рекламы является <...>, который несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, действия <...>., выразившиеся в определении содержания рекламы финансовых услуг «Поможем получить КРЕДИТ на любые нужды, рассмотрение за 30 мин., можно по паспорту, без офиц. работы. <...>», размещенной в приложении к газете «Про Город Киров» от 23.09.2016 №39(160) – «Про Город Покупателю» на 38 странице, в отсутствие у ООО «Флекс», услуги которого рекламируются, лицензии кредитной организации и, соответственно, полномочий на осуществление деятельности по выдаче кредитов, что вводит потребителей в заблуждение, содержат нарушение части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 66/04-16р.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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 даты выявления распространения вышеуказанной рекламы - 23.09.2016 (дата выхода средства массовой информации).

Ответственность за вышеуказанное нарушение законодательства РФ о рекламе предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ. В соответствии данной нормой 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.

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ являются действия <...>, выразившиеся в определении содержания рекламы финансовых услуг «Поможем получить КРЕДИТ на любые нужды, рассмотрение за 30 мин., можно по паспорту, без офиц. работы. <...>», размещенной в приложении к газете «Про Город Киров» от 23.09.2016 №39(160) – «Про Город Покупателю» на 38 странице, в нарушение части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «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 <...> по определению содержания рекламы финансовых услуг: *«Поможем получить КРЕДИТ на любые нужды, рассмотрение за 30 мин., можно по паспорту, без офиц. работы. <...>»* в отсутствие у ООО «Флекс», услуги которого рекламируются, лицензии кредитной организации и, соответственно, полномочий на осуществление деятельности по выдаче кредитов, что вводит потребителей в заблуждение и является нарушением требований части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч.1 ст. 2.3 КоАП РФ административной ответственности подлежит лицо, достигшее к моменту совершения административного правонарушения возраста шестнадцати лет.

Субъектом административного правонарушения является рекламодаделец - физическое лицо – <...>, который несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч.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 при совершении административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку физическое лицо <...> 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, Кировское УФАС России считает, что рассматриваемое правонарушение было совершено <...> по неосторожности.

Место совершения административного правонарушения: адрес местонахождения редакции газеты «Про Город Киров»- 610000, г. Киров, <...>, посредством которой была распространена реклама: *«Поможем получить КРЕДИТ на любые нужды, рассмотрение за 30 мин., можно по паспорту, без офиц. работы. <...>»*.

Время совершения административного правонарушения: дата распространения рекламы *«Поможем получить КРЕДИТ на любые нужды, рассмотрение за 30 мин., можно по паспорту, без офиц. работы. <...>»* – 23.09.2016 (дата выхода средства массовой информации).

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе №101р-17/66-04-16р от 18.07.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 66/04-16р.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола <...>. уведомлен надлежащим образом (согласно уведомлению о вручении – 25.07.2017), заявил ходатайство о рассмотрении протокола в его отсутствие и о применении ст.4.1.1 КоАП РФ.

Протокол рассмотрен в отсутствие <...>.

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 физическим лицом – <...> действия по определению содержания рекламы финансовых услуг: «Поможем получить КРЕДИТ на любые нужды, рассмотрение за 30 мин., можно по паспорту, без офиц. работы. <...>», размещенной в приложении к газете «Про Город Киров» от 23.09.2016 №39(160) – «Про Город Покупателю» на 38 странице, в отсутствие у ООО «Флекс», услуги которого рекламируются, лицензии кредитной организации и, соответственно, полномочий на осуществление деятельности по выдаче кредитов, что вводит потребителей в заблуждение, в нарушение требований части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №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. При этом сама общественная опасность выражается в пренебрежительном отношении к исполнению публично-правовых обязанностей и соблюдению требований действующего рекламного законодательства.

<...>. имел реальную возможность для соблюдения требований рекламного законодательства, но всех необходимых мер не предпринял, в результате чего имел место факт размещения ненадлежащей рекламы, чем было нарушено право неопределенного круга лиц, потребителей рекламируемых услуг на получение добросовестной и достоверной информации. Данное правонарушение посягает на охраняемые отношения в сфере общественных отношений в области рекламы финансовых услуг.

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 <...>. от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающего обстоятельства установлено совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

В данном случае не может быть применена статья 4.1.1 КоАП РФ, поскольку ее положения распространяются на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, а также на юридических лиц и их работников, относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, которым физическое лицо <...> не является.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, должностным лицом Кировского УФАС России учтен характер совершенного правонарушения, его длительность, форма вины лица, привлеченного к административной ответственности, отягчающие и смягчающие административную ответственность обстоятельства.

С учетом изложенного, исходя из характера совершенного физическим лицом правонарушения и соразмерности его тяжести, наложение административного штрафа на <...> осуществляется в минимальном размере санкции, установленной ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьями 3, 5, 28 ФЗ «О рекламе», статьями 1.5, 2.1, 2.4, 4.1, 4.2, 4.3, ч. 1 ст. 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать физическое лицо – <...> виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к физическому лицу – <...> меру ответственности в виде административного штрафа в размере 2 000 (Двух тысяч) рублей.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в следующем соотношении:

Заместитель руководителя управления -

начальник отдела контроля закупок

<...>