

Генеральному директору <...>

**Постановление о назначении наказания  
по делу № 25-Р-16-АП об административном правонарушении**

14 ноября 2016 года

г. Абакан

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия ..., рассмотрев протокол и материалы дела № 25-Р-16-АП об административном правонарушении, возбужденного в отношении должностного лица – директора МФО ООО «<...>»<...> (далее – <...>):

паспорт <...> <...>

место, дата рождения: <...>

ИНН: <...>

место жительства: <...>

место работы, занимаемая должность: <...>

в отсутствие <...>, уведомленной надлежащим образом о дате и месте рассмотрения дела (почтовое уведомление № <...>, вручено 07.11.2016 г.),

**УСТАНОВИЛ:**

28.10.2016 г. (вх. № 5968) в адрес Хакасского УФАС России поступило постановление заместителя прокурора г. Саяногорска Республики Хакасия от 24.10.2016 г. о возбуждении производства по делу об административном правонарушении с материалами дела, в которых представлены следующие документы:

- акт проверки соблюдения законодательства о потребительском кредите (займе) в Микрофинансовой организации ООО «<...>» от 17.10.2016 г., из содержания которого следует, что при проверке в деятельности МФО ООО «<...>» выявлен факт распространения рекламы о финансовых услугах с нарушением законодательства о рекламе, а именно:

1. При размещении в проеме окна первого этажа здания по адресу: <...>, информационного стенда с рекламой представляемых займов на следующих

условиях: «займы без залога, работающим и пенсионерам, за 10 минут, до 5000 руб., постоянным клиентам льготные условия».

2. При размещении на газоне перед зданием по адресу: <...>, информационного стенда с рекламой предоставляемых займов на следующих условиях: «займы всем, работающим и пенсионерам, за 10 минут, от 2 % до 1%, только по паспорту».

Кроме того, проверкой установлено, что в рекламе финансовых услуг, размещенных на информационных стендах (в проеме первого этажа здания по адресу: <...>, и на газоне перед зданием по адресу: <...>), а также на рекламном баннере, размещенном на фасаде здания мини-рынка <...>, отсутствует наименование юридического лица, оказывающего финансовую услугу. Указанное в рассматриваемой рекламе наименование «<...>» не соответствует фирменному наименованию юридического лица (Микрофинансовая организация ООО «<...>» - полное наименование, МФО ООО «<...>» - сокращенное наименование);

- фототаблица (приложение к акту проверки от 17.10.2016 г.), которой зафиксирована реклама следующего содержания:

1. «<...>» финансовый центр. Займы без залога. 2-й этаж. Работающим и пенсионерам. За 10 минут. До 5000 р. Постоянным клиентам льготные условия» (информационный стенд в проеме окна первого этажа здания по адресу: <...>).

2. «<...>» финансовый центр. Займы всем. Рабочим и пенсионерам. Только по паспорту. У нас всегда есть деньги для вас. Прием заявок: <...>. Звонок бесплатный. <...>» (рекламный баннер, размещенный на фасаде здания по адресу: <...>).

3. «<...>». Прием заявок: <...>. Звонок бесплатный. <...>. Займы всем. Работающим и пенсионерам. За 10 минут. От 2 % до 1 %. Только по паспорту» (информационный стенд, размещенный на газоне перед зданием по адресу: <...>);

- копия устава МФО ООО «<...>»;

- копия приказа ООО «<...>» от 08.10.2014 г. о приеме работника <...> на работу на должность генерального директора;

- копия свидетельства от 13.11.2014 г. о внесении сведений о юридическом лице ООО «<...>» в государственный реестр микрофинансовых организаций;

- копия распечатки с сайта <...>. Из правил предоставления и обслуживания займов МФО ООО «<...>», размещенных на данном официальном сайте организации <...>, следует, что по займу «Стартовый» стоимость займа составляет – 2 % в день, максимальная сумма займа 3000 рублей, срок действия договора 15 дней. По займу «Постоянный клиент» стоимость займа составляет – 2 % в день, максимальная сумма займа 3000 рублей, срок действия договора 30 дней. По займу «Надежный клиент» стоимость займа составляет – 2 % в день, максимальная сумма займа 5000 рублей, срок действия договора 30 дней. По займу «VIP клиент» стоимость займа составляет – 1 % в день, максимальная сумма займа 5000 рублей, срок действия договора 30 дней.

Изучив полученные материалы, прихожу к выводу о нарушении МФО ООО «<...>» части 7 статьи 5, части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, ч. 3 ст. 28 Закона о

рекламе

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.

Рекламная информация, размещенная на информационных стендах в проеме первого этажа здания по адресу: <...>, и на газоне перед заданием по адресу: <...>, а также на рекламном баннере, размещенном на фасаде здания мини-рынка «<...>» по адресу: <...>, 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 направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – финансовой услуги «займ», предоставляемой МФО ООО «<...>».

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.

Согласно [части 3 статьи 28](#) Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита, определяемую в соответствии с Федеральным [законом](#) «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно [Постановлению](#) Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе», к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

В размещенной Обществом рекламе на информационных стендах: в проеме первого этажа здания по адресу: <...> указана сумма займа «До 5000 р.»; на газоне перед зданием по адресу <...> указана процентная ставка займа «от 2 % до 1 %». Каких-либо иных сведений об услуге, которые могут повлиять на сумму расходов клиента, в рекламе не содержится.

Поскольку распространяемая МФО ООО «<...>» 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.

Согласно [части 1 статьи 28](#) Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В силу пункта 4 статьи 54 Гражданского кодекса РФ фирменное наименование юридического лица, являющегося коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование.

Согласно пункту 1 части 4 Федерального закона от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью», общество должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Общество вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках. Полное фирменное наименование общества на русском языке должно содержать полное наименование общества и слова «с ограниченной ответственностью». Сокращенное фирменное наименование общества на русском языке должно содержать полное или сокращенное наименование общества и слова «с ограниченной ответственностью» или аббревиатуру ООО.

В рекламе распространенной МФО ООО «<...>» на информационных стендах в проеме первого этажа здания по адресу: <...>, на газоне перед зданием по адресу: <...>, а также на рекламном баннере, размещенном на фасаде здания мини-рынка «<...>» по адресу: <...>, отсутствует полное наименование юридического лица, а именно его организационно-правовая форма.

Таким образом, проанализировав материалы дела, изучив представленные пояснения, прихожу к выводу о нарушении МФО ООО «<...>» части 7 статьи 5, части

1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 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.

В соответствии с частью 2 статьи 28.4 КоАП РФ о возбуждении дела об административном правонарушении прокурором выносится постановление, которое должно содержать сведения, предусмотренные статьей 28.2 настоящего Кодекса. Указанное постановление выносится в сроки, установленные статьей 28.5 настоящего Кодекса.

В силу части 1 статьи 28.8 КоАП РФ протокол (постановление прокурора) об административном правонарушении направляется судьей, в орган, должностному лицу, уполномоченным рассматривать дело об административном правонарушении, в течение трех суток с момента составления протокола (вынесения постановления) об административном правонарушении.

Согласно статьи 23.48 КоАП РФ территориальные антимонопольные органы уполномочены рассматривать дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ, предусматривающей ответственность должностных лиц за нарушения законодательства о рекламе.

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.

На основании выписки из Единственного государственного реестра юридических лиц от 26.09.2016 года директором ООО МФО «<...>» является <...>

24.10.2016 заместителем прокурора г. Саяногорска старшим советником юстиции

<...> вынесено Постановление о возбуждении дела об административном правонарушении в отношении должностного лица – генерального директора МФО ООО «<...>» <...>, с целью привлечения ее к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ за нарушение Закона о рекламе, а именно требований части 7 статьи 5, части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

31.10.2016 определением о назначении времени и места рассмотрения дела № 25-Р-16-АП об административном правонарушении дело назначено к рассмотрению на 14.11.2016 года в 09 часов 30 минут.

Рассмотрев материалы дела, прихожу к следующим выводам.

Факт совершения административного правонарушения генеральным директором МФО ООО «<...>» подтверждается постановлением о возбуждении дела об административном правонарушении от 24.10.2016, а также другими материалами дела.

Срок давности привлечения должностного лица – генерального директора МФО ООО «<...>» 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 МФО ООО «<...>» является малым предприятием, следовательно, является субъектом малого и среднего предпринимательства.

Правонарушение, квалифицируемое по статье 14.3 КоАП РФ, совершено МФО ООО «<...>» 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 генерального директора МФО ООО «<...>»<...> виновной 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 14 ноября 2016 года, вступает в законную силу с 25 ноября 2016 года в соответствии с требованиями пунктов 1, 2 статьи 31.1 КоАП РФ.

Заместитель руководителя

...