

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 06-103/17Р

о прекращении производства по делу
об административном правонарушении

«07» июля 2017 г.

г. Новосибирск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области – начальник отдела рекламы И.В. Волохина, рассмотрев протокол № 06-103/17Р от «23» июня 2017 г. об административном правонарушении и материалы административного дела, возбужденного в отношении ООО «СМИ» (ИНН/КПП 5403225687/540501001; ОГРН 1095403005807; юридический адрес: 630083, г.Новосибирск, ул. Грибоедова, д.2, оф.63),

в отсутствии: представителя ООО «СМИ» (не явился),

УСТАНОВИЛ:

В Новосибирское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. № 6912 от 28.07.2016 г.), по факту размещения в газете «Лучшие окна и двери» № 23 (435) от 04.07.16г. информации, с признаками нарушения Закона о рекламе. С обращением представлен экземпляр указанного СМИ.

Новосибирским УФАС России в ходе рассмотрения указанного обращения установлено, что согласно ст. 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;

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.

Согласно указанному обращению, на странице 1 в газете «Лучшие окна и двери» № 23 (435) от 04.07.16г. размещалась информация следующего содержания:

«ДИНАЛ Остекление балконов и лоджий Рассрочка без переплат от 0 р. 0% переплаты 6 месяцев -35% на балконы и лоджии. Спецпредложение - 35%*/ *- на балконы из алюминия, действительно на момент публикации / Действительно на момент публикации /Правый берег Гусинобродское шоссе, 20...Левый берег Геодезическая, 5/1... /единый номер <...> »;

«Окна дачные от 1700 р. Остекление обшивка балконов и лоджий Гарантия 5 лет/ Рассрочка без переплат!/ Скидки пенсионерам 299-67-56 287-27-95/ Рассрочка предоставлена ОАО «Альфа-Банк...».

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона "О защите конкуренции" под финансовой услугой понимаются 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.

Из положений Гражданского кодекса Российской Федерации (статья 807, пункт 2 статьи 819) следует, что нормы о кредите являются специальными по отношению к займу. При этом субъектный состав договора займа не ограничен, и займодавцем может являться любое юридическое лицо или физическое лицо.

Из части 1 статьи 819 Гражданского кодекса Российской Федерации следует, что под кредитом понимаются денежные средства, предоставленные заемщику банком или иной кредитной организацией (кредитором) по кредитному договору в размере и на условиях, предусмотренных договором.

Согласно статье 822 Гражданского кодекса Российской Федерации товарный кредит предусматривает обязанность одной стороны предоставить другой стороне вещи, определенные родовыми признаками.

В силу статьи 823 Гражданского кодекса Российской Федерации договорами, исполнение которых связано с передачей в собственность другой стороне денежных сумм или других вещей, определяемых родовыми признаками, может предусматриваться предоставление кредита, в том числе в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ и услуг (коммерческий кредит). Предоставление данного кредита неразрывно связано с тем договором, условием которого он является. Коммерческим кредитом может считаться всякое несовпадение во времени встречных обязанностей по заключенному договору, когда товары поставляются (работы выполняются, услуги оказываются) ранее их оплаты либо платеж производится ранее передачи товаров (выполнения работ, оказания услуг).

При этом товарный и коммерческий кредиты могут предоставляться и не финансовыми организациями, а самой торгующей организацией.

Приобретение товара (услуг) с его оплатой через определенное время (рассрочкой или отсрочкой) непосредственно у продавца отличается от приобретения товара в кредит, предоставленный банком или иной финансовой организацией.

Оплата товара в рассрочку (статья 489 Гражданского кодекса Российской Федерации) - это дополнительные условия, вводимые в договор купли-продажи и фактически устанавливающие режим коммерческого кредита.

Согласно ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Потребителю важно знать, какое лицо делает заманчивое предложение о денежных вложениях. Поэтому в рекламе банковских, страховых и иных финансовых услуг в обязательном порядке подлежит указанию наименование или имя лица, оказывающего эти услуги.

В силу ч. 7 ст. 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.

Ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе установлено, что 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 "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

Одновременная реализация организацией товаров как на условиях рассрочки (отсрочки) платежа, так и посредством привлечения кредитных ресурсов банка не исключает соответствующего требования об указании в рекламе наименования или имени лица, оказывающего финансовые услуги. Рекламный текст должен содержать сведения, которые бы позволили потребителю отличить финансовые услуги, оказываемые банком, от продажи организацией (не финансовой организацией) товаров в рассрочку или кредит. Указанная информация является существенной, поскольку ее отсутствие может ввести в заблуждение потребителей относительно содержания кредитных отношений и лиц, предоставляющих кредит. Приобретение товара или услуг с оплатой через определенное время (рассрочкой или отсрочкой) непосредственно у продавца может рассматриваться потребителем как более выгодные условия, нежели приобретение товара в кредит, предоставленный банком или иной финансовой организацией.

В случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемым на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие без специальных оптических приборов (с учетом размера рекламного макета и шрифта текста рекламы), свидетельствует о признаках нарушения ч.7 ст. 5 и ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Поскольку рассматриваемый рекламный макет содержит информацию о лице, оказывающем финансовые услуги, выполненную мелким, нечитаемым шрифтом, а также особо привлекательные для потребителя сведения о рассрочке (с указанием определенных условий ее предоставления: от 0 р. первоначального взноса, 0% переплаты, на срок 6 месяцев), при этом не указывая иные условия, влияющие на получения рассрочки на таких условиях (либо они указаны в нечитаемом виде), в данной рекламе усматриваются признаки нарушения ч.7 ст. 5 и ч.ч. 1,3 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч.ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель и рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч.1 ст. 28 Закона о рекламе.

Рекламодателем, в силу п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п.7 ст.3 Закона о рекламе).

Согласно информации указанной в выходных данных газеты «Лучшие окна и двери», учредителем СМИ является ООО «Лучшие окна и двери» (что подтверждается сведениями из реестра зарегистрированных СМИ, размещенных на официальном сайте Роскомнадзора РФ), издателем - ООО «СМИ», главным редактором - Носков Д.С.

Согласно ответу за запрос Новосибирского УФАС России, представленному ООО «СМИ» (вх. № 4033 э от 29.08.2016 г.), рассматриваемая рекламная информация размещена ООО «СМИ» в рамках проведения исследования потребительского спроса на следующие группы товаров и услуг: остекление и обшивка балконов и лоджий, пластиковые окна, натяжные потолки, шкафы-купе, готовые окна, двери. Макеты размещались на безвозмездной основе и в целях исследования рынка, в том числе в условиях предоставления специальных предложений и акций для стимулирования спроса, в том числе с использованием узнаваемых брендов на территории г. Новосибирска и Новосибирской области, в условиях сложной экономической ситуации в России.

Размещение производилось на основании Указания директора ООО «СМИ» Носкова Д.С. № 05-06/2016 от 11.06.2016 г.

Однако, результатов данного социологического исследования ООО «СМИ» в материалы дела не представлено. Сведений о принадлежности номеров телефонов, указанных в рекламе, организации, проводящей исследования, в материалы дела также не представлено.

Новосибирское УФАС России отмечает, что рядовой потребитель, воспринимает рассматриваемую информацию именно как рекламную, а не как социологическое исследование. Кроме того, текст рассматриваемого объявления в полной мере соответствует определению рекламы.

С учетом представленных пояснений и документов лицом, определившим объекты рекламирования и содержания рассматриваемой рекламы, а также рекламораспространителем является ООО «СМИ» (ИНН 5406751141).

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Решением по делу № 115/16 от 03.02.2017г., ООО «СМИ» было признано нарушившим:

- ч. 7 ст. 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,

- ч.1 ст. 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),

- ч. 3 ст. 28 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 "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

В соответствии с ч. 4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Дата совершения административного правонарушения – 04.07.2016г.

Место совершения административного правонарушения – г. Новосибирск.

Определение о назначении времени и места рассмотрения дела направлялось по юридическому адресу ООО «СМИ» (630083, г.Новосибирск, ул. Грибоедова, д.2, оф.63).

В соответствии с пп. 2, 3 ст. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации, место нахождения юридического лица определяется местом его государственной регистрации на территории Российской Федерации путем указания наименования населенного пункта (муниципального образования). Государственная регистрация юридического лица осуществляется по месту нахождения его постоянно действующего исполнительного органа, а в случае отсутствия постоянно действующего исполнительного органа - иного органа или лица, уполномоченных выступать от имени юридического лица в силу закона, иного правового акта или учредительного документа, если иное не установлено законом о государственной регистрации юридических лиц.

В едином государственном реестре юридических лиц должен быть указан адрес юридического лица в пределах места нахождения юридического лица.

Юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений (статья 165.1 ГК РФ), доставленных по адресу, указанному в едином государственном реестре юридических лиц, а также риск отсутствия по указанному адресу своего органа или представителя.

На основании изложенного, Новосибирским УФАС России были приняты все необходимые меры для надлежащего уведомления лица о составлении протокола об административном правонарушении.

Согласно ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, 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 юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тыс. рублей.

Из материалов дела следует, что у ООО «СМИ» имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Согласно ст. 4.5 КоАП РФ, срок давности, административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ составляет 1 год.

Датой выхода газеты «Лучшие окна и двери» № 23 (435), в которой была опубликована рассматриваемая рекламная информация, является «04» июля 2016г.

Таким образом, на момент рассмотрения данного дела, срок привлечения ООО «СМИ» к административной ответственности истек.

В соответствии с п. 6 ч. 1 ст. 24.5 КоАП РФ производство по делу об административном правонарушении не может быть начато, а начатое

производство подлежит прекращению при наличии хотя бы одного из следующих обстоятельств, а именно истечения срока давности привлечения к административной ответственности.

Учитывая изложенное, руководствуясь статьями 23.48, 24.5, 29.9 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Производство по делу об административном правонарушении № 06-103/17Р по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях в отношении ООО «СМИ» (ИНН/КПП 5403225687/540501001; ОГРН 1095403005807; юридический адрес: 630083, г.Новосибирск, ул. Грибоедова, д.2, оф.63) прекратить в связи с истечением срока давности для привлечения к административной ответственности.

Постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в соответствии со статьями 30.1-30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с ч. 1 ст. 31.1 Кодекса РФ 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.