

Руководитель управления Федеральной антимонопольной службы России по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 61р-18/83-04-2017р от 27.06.2018, составленный <...>– начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении юридического лица ООО «РК Промо Сервис» (ИНН 4345288482, ОГРН 1104345019107), сведения о лице, имеющем право без доверенности действовать от имени юридического лица ООО «РК Промо Сервис» <...> (приказ № 1 ООО «РК Промо Сервис» от 10.08.2016) в связи с нарушением части 1, части 13 статьи 28 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 № 83/04-2017р (резюлютивная часть решения оглашена 15 марта 2018 года; в полном объеме решение изготовлено 29 марта 2018 года) признана ненадлежащей реклама, размещенная на заднем стекле транспортных средств «Автобус» <...>, государственный регистрационный знак <...>, следующего содержания: *«ИмпериаЛ ЛОМБАРД, ЗАЙМЫ <...>»*, которая не соответствует требованиям части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28, пункта 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе», Кировским УФАС России было установлено, что на заднем стекле транспортного средства «Автобус» <...> размещается информация следующего содержания: *«ИмпериаЛ ЛОМБАРД, ЗАЙМЫ <...>»*, которая содержит признаки нарушения части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28, пункта 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» (акт фиксации от 20.10.2017 года).

Согласно ст. 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, размещенная на заднем стекле транспортного средства «Автобус <...>, следующего содержания: *«ИмпериаЛ ЛОМБАРД, ЗАЙМЫ <...>»*:

-адресована неопределенному кругу лиц, поскольку размещена на автобусе «<...>», который является общественным транспортным средством, доступ к которому имеет любое лицо;

-направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – организации «Империал Ломбард» и предлагаемым ей услугам по предоставлению займов;

-направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижению на рынке, поскольку, указывая название магазина «Империал Ломбард», телефона, конкретных услуг, а также привлекательных для потребителя характеристик товаров, услуг («займы под ПТС, <...>») рекламодаделец акцентирует внимание потребителя и формирует его интерес к рекламируемому товару.

Таким образом, вышеуказанная информация об организации «Империал Ломбард» и реализуемых им товарах 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).

В соответствии с положениями пункта 2.2 части 1 статьи 2 Федерального закона от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» микрокредитная компания - вид микрофинансовой организации, осуществляющей микрофинансовую деятельность с учетом установленных частями 1 и 3 статьи 12 настоящего Федерального закона ограничений, имеющей право привлекать для осуществления такой деятельности денежные средства физических лиц, являющихся ее учредителями (участниками, акционерами), а также юридических лиц.

В соответствии с пунктом 1 статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» ломбардом является юридическое лицо – специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

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

В рекламной информации следующего содержания: «Империал ЛОМБАРД, ЗАЙМЫ <...>», размещенной на заднем стекле транспортного средства «Автобус » <...>, 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».

Согласно части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» 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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» ломбардом является юридическое лицо – специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

Реклама об услугах организации с использованием слова «Ломбард», размещенная на заднем стекле транспортного средства «Автобус» <...>, не соответствует требованиям части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», поскольку, предлагая услуги компании, продавец (ООО «ТК Империял») одновременно позиционирует себя как ломбард, посредством использования в рекламе слова «Ломбард», при этом, непосредственно не осуществляя ломбардную деятельность. Названное обстоятельство подтверждается выпиской из Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ). В видах деятельности ООО «ТК Империял» отсутствует соответствующая деятельность, как предоставление займов, согласно выписке из ЕГРЮЛ основным видом деятельности ООО «ТК Империял» является розничная торговля бывшими в употреблении товарами в магазинах.

Таким образом, ООО «ТК Империял», непосредственно не оказывая услуги по предоставлению краткосрочных займов и хранению вещей, необоснованно позиционирует себя как ломбард. Такая реклама дает основание потребителям полагать, что организация ООО «ТК Империял», осуществляющая деятельность под наименованием «Империял Ломбард», обладает статусом ломбарда, то есть имеет право осуществлять ломбардную деятельность, что не соответствует действительности и является нарушением требований части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального 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).

Между тем, спорная рекламная информация содержит информацию о возможности предоставления финансовой услуги - займ, однако без указания наименования лица – ломбарда, оказывающего данную услугу, что является нарушением ч.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений частей 1, 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 1, 13 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым

способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Решением установлено, что ООО «РК Промо Сервис», являясь лицом, распространившим спорную рекламу, является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований ч. 1, 13 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

На основании ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее КоАП РФ) нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе 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 ООО «РК Промо Сервис» уведомлено надлежащим образом (уведомление получено 25.05.2018г.). Обеспечило явку законного представителя <...>. Протокол составлен и рассмотрен в присутствии <...> который факт нарушения признал.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 20.10.2017г.

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях юридического лица ООО «РК Промо Сервис», выразившийся в распространении рекламы следующего содержания: «ИмпериаЛ ЛОМБАРД. ЗАЙМЫ <...>», которая не соответствует требованиям ч. 1, 13 ст. 28 Федерального закона «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 юридического лица ООО «РК Промо Сервис» по распространению спорной рекламы в нарушение ч. 1, 13 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.10 КоАП РФ юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных [раздела II](#) настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Субъектом административного правонарушения является рекламодатель – юридическое лицо ООО «РК Промо Сервис», которое распространило спорную рекламу.

При установлении субъективной стороны административного правонарушения следует учитывать разъяснения Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях", а именно: при рассмотрении дел об административных правонарушениях понятие вины юридических лиц раскрывается в [части 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ ([пункт 16.1](#)).

Следовательно, и в тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части [КоАП](#) РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению ([часть 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ).

В данном случае установлено, что у ООО «РК Промо Сервис» имелась возможность для соблюдения требований ч. 1, 13 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение произошло по вине ООО «РК Промо Сервис».

Таким образом, совершенные юридическим лицом – ООО «РК Промо Сервис» действия по распространению рекламы в нарушение требований ч. 1, 13 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Место и время совершения административного правонарушения: место размещения рекламной информации: г. Киров, место размещения рекламы следующего содержания: «ИмпериаЛ ЛОМБАРД, ЗАЙМЫ под ПТС, <...>» - заднее стекло транспортных средств «Автобус» <...>, государственный регистрационный знак <...> дата размещения – октябрь 2017г. (акт фиксации от 20.10.2017г.).

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 61р-18/83-04-2017р от 27.06.2018 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 83/04-2017р.

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.

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.

Поскольку согласно информации на сайте <...>/ ООО «РК Промо Сервис» включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст.14.3 КоАП РФ, совершено Обществом впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к Обществу меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь ст. 3, ч. 1, 13 ст. 28 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,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать юридическое лицо – ООО «РК Промо Сервис» (ИНН 4345288482, ОГРН 1104345019107) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к юридическому лицу - ООО «РК Промо Сервис» (ИНН 4345288482, ОГРН 1104345019107) 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 силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.