



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ

П О С Т

**о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № РШ 24-07/18**

07 сентября 2018 года

№ 03-06/6294

г. Сыктывкар

<...>

<...> (далее – Коми УФАС России), адрес места нахождения: 16700, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А, <...>, рассмотрев протокол от 25.07.2018 и материалы дела № РШ 24-07/18 о совершении индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>), <...>, административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ),

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело возбуждено протоколом Коми УФАС России от 25.07.2018, составленным в отсутствие ИП <...>, надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте его составления, что подтверждается уведомлением о вручении почтового отправления от 06.07.2018 № <...>, письмом вх. № 2603-э от 25.07.2018.

Определением Коми УФАС России от 25.07.2018 № 03-06/5129 рассмотрение дела № РШ 24-07/18 назначено на 09 августа 2018 года в 16 часов 00 минут.

Копии протокола об административном правонарушении и Определения направлены Коми УФАС России в адрес ИП <...> письмом от 26.07.2018 № 03-06/5130.

На дату рассмотрения дела № РШ 24-07/18 в материалы дела поступило ходатайство вх. № 3686 от 03.08.2018 за подписью представителя ИП <...> – <...> по доверенности <...> и копии документов, вместе с тем, сведения о надлежащем извещении ИП <...> о времени и месте рассмотрения дела № РШ 24-07/18 в Коми УФАС России отсутствуют.

В связи с вышеуказанным, Определением Коми УФАС России от 09.08.2018 № 03-06/5591 срок рассмотрения дела № РШ 24-07/18 продлен до 09.09.2018, рассмотрение дела назначено на 07.09.2018.

Письмом вх. № 3125-э от 03.09.2018 ИП <...> просила рассмотреть дело № РШ 24-07/18 в свое отсутствие и в отсутствие своих представителей.

Административное дело рассмотрено 07.09.2018 в отсутствие ИП <...>, надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте его рассмотрения, что подтверждается уведомлением о вручении почтового отправления от 23.08.2018 № <...>, письмом вх. № 3125-э от 03.09.2018.

В ходе рассмотрения настоящего административного дела должностным лицом Коми УФАС России установлено следующее.

В Коми УФАС России поступили обращения КПК «Фонд СФП» № 101 от 08.02.2018 (вх. № 616 от 12.02.2018), № 108 от 15.02.2018 (вх. № 731 от 19.02.2018), а также № 100 от 08.02.2018, направленное письмом Отделения-НБ по Республике Коми № Т287-12-11/1065 от 13.02.2018 (вх. № 730 от 19.02.2018), и № 107 от 15.02.2018, направленное письмом Управления Роскомнадзора по Республике Коми № 1365-01/11 от 20.02.2018 (вх. № 836 от 22.02.2018).

Заявитель указывал на нарушение законодательства о рекламе в связи с размещением в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 4 (488) от 27.01.2018 и № 6 (490) от 10.02.2018 реклам КПК «Крым».

По результатам рассмотрения указанных обращений принято решение о возбуждении дела № Р 12-04-18 в отношении ООО «ВД Сервис» по признакам нарушения требований пунктов 1, 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), о чём вынесено соответствующее определение № 03-01/2794 от 19.04.2018, к участию в деле в качестве заинтересованного лица привлечена ИП <...>

Из материалов дела № Р 12-04/18 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

1. В соответствии с п. 1 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.

На полосе 17 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 4 (488) от 27.01.2018 размещена информация следующего содержания: «КРЫМ кредитный потребительский кооператив Выгоднее, чем в банке! Сберегательные программы Все сбережения застрахованы! До 20% годовых ул. Коммунистическая, 46 т. <...> Звоните сейчас!».

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации – газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 4 (488) от 27.01.2018;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: КПК «Крым», сберегательным программам, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения на полосе 17 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 4 (488) от 27.01.2018, является рекламой (далее – реклама-1).

На полосе 19 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 6 (490) от 10.02.2018 размещена информация следующего содержания: «КРЫМ кредитный потребительский кооператив СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ВЫГОДНЕЕ, чем в банке!* потому что Максимальная доходность** до 14,53% годовых с капитализацией вы получите еще больше! СБЕРЕГАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА «ВИП» ул. Коммунистическая, 46 <...> kpkkrum.ru Финансовые услуги предоставляет КПК «Крым» ОГРН: 1159102105799, является членом Союза СРО «НОКК», НКО НОВС в соответствии с Положением «О порядке и об условиях привлечения денежных средств членов КПК «Крым», исключительно для членов КПК «Крым». При вступлении в члены для физ. лиц уплата взносов:

вступительный 100 руб., обязательный паевой 100 руб. Полная информация о программе сбережений «ВИП»: сумма – от 200 000 руб.; срок: 6 или 12 месяцев; процентная ставка 13,95 (14,3%) или 14,53% (15,48%) годовых (ставки в скобках - с учетом капитализации). Ставки актуальны на 18.12.2017. *Под фразой «Выгоднее, чем в банке» подразумевается, что хранить деньги в КПК «Крым» выгоднее, чем в стеклянной банке. **Под максимальной доходностью понимается максимальная ставка среди иных ставок по программам сбережений КПК «Крым».

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации – газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 6 (490) от 10.02.2018;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: КПК «Крым», сберегательным программам, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения на полосе 19 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 6 (490) от 10.02.2018, является рекламой (далее – реклама-2).

2. Заявитель указывал, что рассматриваемые рекламы размещены в нарушение ст. 5 и ст. 28 Закона о рекламе.

Требования к рекламе финансовых услуг и финансовой деятельности установлены ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 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.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовой организацией является хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в том числе кредитный потребительский кооператив; финансовая услуга - это 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 содержания определений финансовой услуги и финансовой организации следует, что предоставление кредитным потребительским кооперативом, в

том числе пайщикам (членам кооператива), услуг по сохранению сбережений, является финансовой услугой, реклама которой должна соответствовать требованиям Закона о рекламе.

Согласно ч. 3 ст. 1 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» кредитный потребительский кооператив (далее - кредитный кооператив) - добровольное объединение физических и (или) юридических лиц на основе членства и по территориальному, профессиональному и (или) иному принципу в целях удовлетворения финансовых потребностей членов кредитного кооператива (пайщиков).

В силу ч. 1 ст. 3 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» кредитный кооператив является некоммерческой организацией. Деятельность кредитного кооператива состоит в организации финансовой взаимопомощи членов кредитного кооператива (пайщиков) посредством:

1) объединения паенакоплений (паев) и привлечения денежных средств членов кредитного кооператива (пайщиков) и иных денежных средств в порядке, определенном настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами и уставом кредитного кооператива;

2) размещения указанных в пункте 1 настоящей части денежных средств путем предоставления займов членам кредитного кооператива (пайщикам) для удовлетворения их финансовых потребностей.

В силу п. 2 ч. 1 ст. 4 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» кредитный кооператив привлекает денежные средства своих членов на основании, в том числе договоров передачи личных сбережений, заключаемых с физическими лицами в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным законом.

В соответствии с п.п. 1, 6 ч. 1 ст. 6 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» кредитный кооператив не вправе предоставлять займы лицам, не являющимся членами кредитного кооператива (пайщиками), и привлекать денежные средства лиц, не являющихся членами кредитного кооператива, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом.

К числу лиц, не являющихся членами кредитного кооператива, но у которых кредитный кооператив вправе, в том числе, привлекать денежные средства, относятся лица, указанные в п. 21 ч. 3 ст. 1, ч. 6 ст. 6 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации».

Согласно п. 21 ч. 3 ст. 1 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» привлеченные средства – денежные средства, полученные кредитным кооперативом от членов кредитного кооператива (пайщиков) на основании договоров займа, иных договоров, предусмотренных настоящим Федеральным законом, а также денежные

средства, полученные кредитным кооперативом от юридических лиц, не являющихся членами кредитного кооператива (пайщиками), на основании договора займа и (или) договора кредита.

Заявитель считает, что реклама-1 размещена в нарушение Закона о рекламе, поскольку в ней не указано, для кого предназначена реклама (кооператив вправе предлагать свои услуги только ограниченному кругу лиц, своим пайщикам), не указаны типовые условия привлечения сбережений (название программы, сроки, ставки, суммы и т.п.).

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела было установлено, что в рекламе-1 указана процентная ставка по сберегательной программе (до 20% годовых), то есть сообщается одно из условий оказания соответствующих услуг. Однако реклама умалчивает об иных условиях оказания рекламируемых услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

Для вступления в члены кооператива с целью получения займа предусмотрены дополнительные расходы, такие как уплата обязательного паевого взноса, а также уплата вступительного и членского взноса.

К условиям, влияющим на сумму доходов, относятся: минимальная сумма личных сбережений, их срок размещения, процентная ставка, возможность пополнения, минимальный размер дополнительного взноса, периодичность начисления процентов, наличие или отсутствие капитализации, изменение процентной ставки внутри срока договора, процентная ставка при досрочном востребовании личных сбережений, периодичность выплаты процентов, иные условия, если их включение в договор может повлиять на сумму денежных средств, которую пайщик должен получить по договору передачи личных сбережений, удержания кооперативом подоходного налога с начислением целевых компенсационных выплат по договору о приеме личных сбережений в соответствии с налоговым законодательством, срок выплаты денежных средств.

Как видно из текста рекламы-2, финансовые услуги предоставляются исключительно членам КПК «Крым», при вступлении в члены физические лица должны уплатить взносы (вступительный 100 руб., обязательный паевой 100 руб.); по программе сбережений «ВИП» сумма – от 200 000 руб., срок: 6 или 12 месяцев, процентная ставка 13,95 (14,3%) или 14,53% (15,48%) годовых (ставки в скобках - с учетом капитализации).

Реклама-1 не содержит информации об обязательном паевом взносе и членских взносах членами кооператива. Кроме того, в рекламе-1 отсутствует информация о том, для какой категории лиц она предназначена, учитывая, что кредитные кооперативы могут предлагать услуги только своим пайщикам.

ООО «ВД Сервис» в письменных пояснениях, представленных в материалы

рекламного дела, указало, что Закон о рекламе не содержит требования об указании статуса лица, пользующегося финансовыми услугами.

Вместе с тем, Закон о рекламе обязывает указывать в рекламе финансовых услуг иные условия оказания соответствующих услуг, влияющие на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий. Как пояснило ООО «ВД Сервис», рассматриваемые рекламные материалы не касались предоставления займов физическим лицам, а были адресованы потенциальным членам кредитного кооператива. Таким образом, если одним из необходимых условий является членство в кооперативе и уплата соответствующих взносов, то такое условие также должно присутствовать в рекламе.

Учитывая изложенное, реклама-1 распространена с нарушением требований п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

В силу ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с 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.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы финансовых услуг, отсутствие каких-либо сведений об условиях сберегательной программы, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

В рекламе-1 указано одно существенное условие – процентная ставка по сбережениям (до 20% годовых). Реклама привлекает внимание к предлагаемым финансовым услугам, вместе с тем информация о том, что указанное в рекламе условие тесно взаимосвязано с иными критериями, в том числе суммой сбережений, сроком сбережений, является существенной, и её отсутствие вводит потребителей в заблуждение относительно возможности получения сбережений до 20% годовых.

В связи с чем, усматривается, что отсутствие в рекламе-1 информации об условиях сберегательной программы способно исказить смысл информации и ввести в заблуждение потребителей рекламы.

При таких обстоятельствах реклама-1 размещена в нарушение ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

ООО «ВД Сервис» указывал, что Комиссией не были запрошены у КПК «Крым» и проанализированы документы о вступлении в члены кооператива, в связи с чем, невозможно утверждать, какие взносы платят при вступлении в пайщики КПК «Крым», а также их размер.

Комиссия сочла указанный довод ООО «ВД Сервис» несостоятельным и не влияющим на оценку рекламы на предмет её соответствия требованиям ч. 7 ст. 5 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, поскольку в рамках настоящего дела Комиссия установила отсутствие в рекламе части существенной информации о рекламируемом товаре, а именно, иных условий оказания соответствующих услуг. ООО «ВД Сервис» не отрицает наличие таких условий. Кроме того, виды взносов и их конкретный размер указаны в рекламе-2.

В соответствии с п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Согласно п. 3 ст. 3 Закона о рекламе товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Заявитель указывает, что согласно рекомендации Центрального Банка Российской Федерации (далее - Банк России) о снижении ключевой ставки по вкладам для физических лиц с 18.12.2017 действует процентная ставка 7,75% годовых. В соответствии со стандартами всех СРО и данным письмом Банка России все кредитные потребительские кооперативы должны были пересмотреть свои процентные ставки по сбережениям, которые не должны превышать ключевую ставку Банка России более чем в 2,5 раза.

По мнению заявителя, указанная в рекламе-1 процентная ставка 20% годовых явно превышает максимально разрешенный размер процентной ставки по сбережениям, а в рекламе-2 приведены неактуальные данные по процентным ставкам. Так, реклама-2 содержит указание на процентную ставку - до 14,53% годовых. В нижней части рекламы более мелким шрифтом написано, что ставки актуальны на 18.12.2017. Между тем, реклама распространена в газете от 10.02.2018.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела было установлено следующее.

Протоколом Банка России № КФНП-26 от 27.07.2017 утверждён Базовый стандарт совершения кредитным потребительским кооперативом операций на финансовом рынке (согласован Комитетом по стандартам кредитных потребительских кооперативов при Банке России (Протокол № 3 от 18.07.2017)

(далее - Базовый стандарт).

Согласно информации, представленной в материалы рекламного дела Отделением-НБ Республика Коми, начало действия Базового стандарта – 27.01.2018.

В силу п. 1.4 Базового стандарта данный базовый стандарт обязателен для исполнения всеми кредитными потребительскими кооперативами, осуществляющими свою деятельность на основании Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации», вне зависимости от членства в саморегулируемой организации в сфере финансового рынка, объединяющей кредитные кооперативы.

Согласно п. 3.1 Базового стандарта кредитный кооператив привлекает денежные средства физических лиц - членов кредитного кооператива (пайщиков) на условиях возвратности, платности, срочности на основании договоров передачи личных сбережений.

В соответствии с п. 3.8.2 Базового стандарта размер платы (процентов, компенсации) за использование кредитным кооперативом привлеченных денежных средств члена кредитного кооператива (пайщика) устанавливается в процентах годовых. При этом максимальный размер платы (процентов, компенсации) за использование кредитным кооперативом привлеченных денежных средств члена кредитного кооператива (пайщика) с учётом всех выплат, причитающихся по договору передачи личных сбережений, не может превышать 1,8 (одну целую восемь десятых) ключевой ставки, установленной Банком России на дату заключения договора передачи личных сбережений.

В материалы рекламного дела были представлены письменные пояснения Отделения-НБ Республика Коми, согласно которым, по решению Совета директоров Банка России от 15.12.2017 ключевая ставка была снижена с 8,25% до 7,75%, данная ставка действовала с 18.12.2017 по 11.02.2018. Таким образом, максимальный размер платы (процентов, компенсации) за использование КПК привлечённых денежных средств члена КПК (пайщика) с учётом всех выплат, причитающихся по договору передачи личных сбережений, в период с 27.01.2018 по 11.02.2018 составлял 13,95% .

В письменных пояснениях Отделение-НБ Республика Коми указало, что предлагаемые в рекламе-2 размеры платы по сберегательным программам за использование кооперативом привлечённых денежных средств члена кооператива (пайщика), а именно: 14,3%, 14,53%, 15,48%, на дату размещения рекламы (10.02.2018) превышают 1,8 ключевой ставки, установленной Банком России.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела было установлено, что размеры процентных ставок по сбережениям, указанные в рекламе-1 и рекламе-2, превышают 13,95%.

При таких обстоятельствах реклама-1 и реклама-2 размещены в нарушение требований п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 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.

Заявитель ссылается, в том числе на указанную в рекламе-1 фразу «Выгоднее, чем в банке!», полагая, что сравнение производится с банками – кредитными организациями.

В соответствии с п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего. Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В соответствии со ст. 1 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» банк - кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

Поскольку речь в рекламе-1 идёт о финансовых услугах, то выражение «Выгоднее, чем в банке!» может быть воспринято потребителем как сравнение с финансовой организацией – банком. Об этом свидетельствует и использованное слово «выгоднее», указывающее именно на выгоду, то есть на некую прибыль, финансовую пользу.

В рекламе-2 имеется уточнение, что под фразой «Выгоднее, чем в банке» подразумевается, что хранить деньги в КПК «Крым» выгоднее, чем в

стеклянной банке. Вместе с тем, в рекламе-1 такого уточнения не содержится, а используемая в ней фраза «Выгоднее, чем в банке!» может способствовать формированию у потребителей представления о том, что условия сберегательных программ, предлагаемые КПК «Крым», выгоднее, чем в любом банке (поскольку реклама не конкретизирует, в каком именно банке).

Таким образом, реклама-1 размещена в нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

При таких обстоятельствах реклама-1 распространена в нарушение требований пунктов 1, 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, реклама-2 размещена в нарушение требований пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

3. В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 1, 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, несёт рекламодаделец.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Редакцией СМИ «PRO ГОРОД Сыктывкар» является ИП <...>

ИП <...> были представлены копии документов и письменная информация, из которых следует, что рекламодателем рассматриваемых реклам является ИП <...>, рекламопроизводителем и рекламодателем - ООО «ВД Сервис». Между рекламодателем и рекламодателем подписан договор и соглашение, в рамках которых редакция размещала информацию рекламодателя два раза в месяц через номер <...> Рекламодатель направлял готовые макеты рекламодателю посредством электронной почты. Сотрудники редакции совершали допечатную подготовку макетов

полос, отправляли их в типографию, а по готовности и доставке газета распространялась по почтовым ящикам. Содержание и наполнение рекламных макетов определено рекламодателем и с ним согласовано.

К вышеуказанным письменным пояснениям приложены копии договора № 15 от 01.01.2018, соглашение о внесении дополнения от 01.02.2018 (которое, как указывает ИП <...>, по соглашению сторон является заявкой), акт выполненных работ за февраль 2018 г., копии электронных писем.

Как следует из письменных пояснений ООО «ВД Сервис», имеющих в материалах рекламного дела, рекламодателем рассматриваемых реклам является КПК «Крым», рекламопроизводителем – ООО «ВД Сервис» и ИП <...>, рекламораспространителем – газета «PRO ГОРОД Сыктывкар».

02.05.2017 между ООО «ВД Сервис» и КПК «Крым» заключен агентский договор № 1/КПК/2017. Согласно п. 1.1 агентского договора Агент (ООО «ВД Сервис») обязуется за вознаграждение заключать по поручению Принципала (КПК «Крым») с третьими лицами от своего имени и за счет Принципала договоры о разработке, размещении и распространении в газетах, на радио, на телевидении, на транспорте рекламы Принципала, об изготовлении печатной продукции (листовок, флаеров и т.д.), размещении наружной рекламы и оказании услуг по продвижению и сопровождению сайтов.

В рамках исполнения агентского договора между ООО «ВД Сервис» (Заказчик) и ИП <...> (Исполнитель) 01.01.2018 заключен договор № 15, согласно которому Исполнитель по заданию Заказчика на основании Заявок размещает рекламные материалы Заказчика в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар». Кроме того, между сторонами подписано соглашение № 1 о внесении дополнений в договор № 15 от 01.01.2018, согласно которому данное соглашение является заявкой на размещение рекламы в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» с номера 485 по 540 через номер <...>. На основании агентского договора и договора № 15 от 01.01.2018 ООО «ВД Сервис» проводило размещение рекламных материалов КПК «Крым» в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар».

КПК «Крым» представило в материалы рекламного дела письменные пояснения, согласно которым, рекламодателем рассматриваемых реклам является КПК «Крым», рекламопроизводителем – ООО «ВД Сервис», рекламораспространителем – ИП <...>; КПК «Крым» не согласовывало содержание рассматриваемых реклам, сотрудник КПК «Крым» <...> действовала по доверенности от имени ООО «ВД Сервис».

Комиссия в ходе рассмотрения рекламного дела не усмотрела оснований для признания КПК «Крым» рекламодателем рассматриваемых реклам, поскольку из материалов рекламного дела не следует, что непосредственно КПК «Крым» определяло объект рекламирования и (или) содержание рассматриваемых реклам.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рассматриваемых реклам является ООО «ВД Сервис», рекламопроизводителями являются ООО «ВД Сервис» и ИП <...>, рекламораспространителем рассматриваемых реклам является ИП <...>

В ходе рассмотрения рекламного дела представитель ИП <...> – <...> указала, что ИП <...> не является рекламопроизводителем.

Комиссия указанный довод отклонила на том основании, что со стороны ИП <...> совершены определённые действия по приведению информации в готовую для распространения в виде рекламы форму. Так, согласно письменным пояснениям ИП <...>, представленным в материалы рекламного дела, сотрудники редакции совершали допечатную подготовку макетов полос, отправляли их в типографию. Таким образом, ИП <...> осуществила частично приведение информации, представленной ООО «ВД Сервис», в готовую для распространения в виде рекламы форму. Указанные действия совершены на этапе производства рекламы, следовательно, в силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе, ИП <...> в данном случае является, в том числе рекламопроизводителем.

Относительно нарушения рекламного законодательства при распространении рекламы-1 установлено следующее.

В соответствии с п. 2.4.1 договора № 15 от 01.01.2018 Заказчик (ООО «ВД Сервис») вправе предоставить готовый рекламный материал для размещения Исполнителем (ИП <...>) нарочно либо путём направления по электронной почте.

Пунктом 2.1.3 договора № 15 от 01.01.2018 установлено, что Исполнитель не вправе без согласия Заказчика вносить изменения в предоставленный последним для размещения рекламный материал, за исключением случаев исправления орфографических и пунктуационных ошибок.

Согласно п. 2.1.4 договора № 15 от 01.01.2018 Исполнитель обязан своевременно устно предупреждать Заказчика о возможных нарушениях законодательства о рекламе в части содержания рекламной информации. В том случае, если Заказчик настаивает на размещении рекламы, не соответствующей действующему законодательству, то он несет всю ответственность за нарушение законодательства. При этом подтверждающим документом является предупредительное письмо, с которым Заказчик знакомится под роспись.

В соответствии с п. 2.2.1 договора № 15 от 01.01.2018 Исполнитель вправе отказаться от выполнения работ и/или услуг по настоящему Договору в случае, если материалы и информация, предоставляемые Заказчиком по своему содержанию, оформлению не соответствуют требованиям, установленным действующим законодательством и условиям настоящего Договора, не соответствуют техническим стандартам и формату средства

массовой информации, в порядке, установленном в пункте 2.3.3 настоящего Договора.

В силу п. 4.2 договора № 15 от 01.01.2018 Исполнитель несёт ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе в части, касающейся времени, места и средств размещения рекламы. При изготовлении рекламного продукта Заказчику, Исполнитель несет ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе в части оформления, производства и подготовки рекламы.

Как видно из материалов рекламного дела, <...>, действуя на основании доверенности, выданной <...> ООО «ВД Сервис», заключила от имени ООО «ВД Сервис» с ИП <...> договор на размещение рекламных материалов. Электронную переписку по вопросам размещения рекламы с сотрудниками ИП <...> осуществляла также <...>.

Пунктом 2.1.2 договора № 15 от 01.01.2018 установлено, что ИП <...> обязана по требованию ООО «ВД Сервис» предоставить для ознакомления изготовленный «материал» до начала его размещения.

Из письменных пояснений ООО «ВД Сервис» следует, что Общество своевременно направило Исполнителю корректный рекламный материал по электронной почте, вместе с тем ИП <...> в выпуске газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 4 (488) от 27.01.2018 разместила несогласованный рекламный материал самостоятельно, без согласования с представителем ООО «ВД Сервис».

В материалах рекламного дела имеются копии электронных писем, из содержания которых следует, что для размещения в № 4 (488) от 27.01.2018 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» <...> направила и согласовала рекламу иного содержания, нежели вышло в газете.

Из письменных пояснений ИП <...> и пояснений, данных её представителем – <...> в ходе рассмотрения рекламного дела, следует, что по недосмотру сотрудника ИП <...> в № 4 (488) от 27.01.2018 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» вышла не та реклама, которую направил заказчик; для размещения рекламодателем был прислан макет № 1, но по ошибке редакции в газете вышел макет № 2, который был согласован еще осенью, для других номеров, по другому договору.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела было установлено, что распространение рекламы-1 с нарушением требований пунктов 1, 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе произошло по вине рекламопроизводителя – ИП <...>, поскольку именно её сотрудниками на стадии приведения информации в готовую для распространения в виде рекламы форму были совершены действия, в результате которых в № 4 (488) от 27.01.2018 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» вышла ненадлежащая реклама (реклама-1).

Как пояснило ООО «ВД Сервис», представитель ООО «ВД Сервис» увидел некорректный рекламный материал в уже напечатанной газете и обратился в редакцию с претензией. Также ООО «ВД Сервис» указало, что газета признала свою вину и предоставила два бесплатных размещения рекламы КПК «Крым» в качестве компенсации за публикацию некорректного рекламного материала.

Из материалов рекламного дела усматривается, что <...> 23.03.2018 направила на электронный адрес газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» письмо с возмущением по поводу вышедшей в № 4 газеты рекламы КПК «Крым».

Как пояснила представитель ИП <...> – <...> в ходе рассмотрения рекламного дела, письменных претензий в адрес ИП <...> от ООО «ВД Сервис» не поступало, размещение рекламы-1 было оплачено; бесплатного размещения реклам КПК «Крым» в качестве компенсации за публикацию некорректного рекламного материала ИП <...> не предоставляла, что подтверждается счетами и платёжными поручениями, представленными в материалы дела.

Комиссия сочла указанные доводы представителя ИП <...> не свидетельствующими об отсутствии вины рекламопроизводителя - ИП <...> в нарушении рекламного законодательства при распространении рекламы-1.

Также <...> указала, что рекламодаделец в рассматриваемом случае сам не осуществил надлежащего контроля за размещаемой рекламой, а именно, после согласования в электронной переписке не запросил готовый макет полосы для сверки.

Указанный довод представителя ИП <...> Комиссией был отклонён, так как заключённым между сторонами договором не предусмотрена такая стадия согласования, как ознакомление с макетом газетной полосы.

Так, пунктом 2.3.4 договора № 15 от 01.01.2018 установлено, что Заказчик обязан ознакомиться с изготовленным Исполнителем материалом до начала его размещения и при отсутствии замечаний сделать соответствующую отметку на материале о его согласовании либо направить электронное письмо Исполнителю о согласовании материала.

Как видно из представленной в материалы дела электронной переписки, Заказчик согласовал рекламный материал посредством электронного письма.

Относительно нарушения рекламного законодательства при распространении рекламы-2 установлено следующее.

Согласно пояснениям ИП <...>, для размещения в № 6 (490) от 10.02.2018 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» рекламодателем был прислан макет № 3, он был согласован рекламодателем и вышел в газете.

Из материалов рекламного дела усматривается, что реклама-2 была

размещена на газетную полосу и распространена ИП <...> в том виде, в котором макет рекламы был представлен заказчиком. В связи с чем, в части распространения ненадлежащей рекламы в № 6 (490) от 10.02.2018 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» (рекламы-2) вины ИП <...> не установлено.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение пунктов 1, 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе при распространении рекламы-1 произошло по вине рекламопроизводителя – ИП <...>

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы-1, что и привело к нарушению.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования пунктов 1, 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Решением Комиссии № 03-01/4361 от 22.06.2018 реклама, распространенная посредством размещения на полосе 17 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 4 (488) от 27.01.2018, следующего содержания: «КРЫМ кредитный потребительский кооператив Выгоднее, чем в банке! Сберегательные программы Все сбережения застрахованы! ** До 20% годовых ул. Коммунистическая, 46 т. <...> Звоните сейчас!» признана ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований пунктов 1, 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 1 ст. 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, - влечёт наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Рассматриваемые действия не подпадают под признаки административных правонарушений, предусмотренных частями 2 - 6 статьи 14.3, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ.

С учётом изложенного, ИП <...> допустила административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Время совершения административного правонарушения: 27.01.2018.

Место совершения административного правонарушения: г. Сыктывкар Республики Коми.

Согласно ст. 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.

Из материалов административного и рекламного дел следует, что у ИП <...> имелась возможность для соблюдения требований, установленных пунктами 1, 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, однако из имеющихся в рекламном и административном делах материалов не усматривается, что все зависящие от ИП <...> меры к соблюдению требований рекламного законодательства ей были приняты.

ИП <...> не предприняла достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонилась от обязанности по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям рекламного законодательства, что является, в том числе исключительной зоной ответственности рекламопроизводителя.

В связи с чем, обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения ИП <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии всех зависящих от неё мер по соблюдению требований рекламного законодательства не усматривается.

Таким образом, вина ИП <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является установленной.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностное лицо считает возможным учесть в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность ИП <...>: оказание лицом, совершившим административное правонарушение, содействия Коми УФАС России в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении; исполнение предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе до вынесения постановления.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении,

предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

В материалы административного дела № РШ 24-07/18 ИП <...> письмом вх. № 3125-э от 03.09.2018 представлено ходатайство о замене административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение.

Должностное лицо удовлетворяет указанное ходатайство по следующим основаниям.

Согласно ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

В соответствии с ч. 2 ст. 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.

В соответствии с ч. 3 ст. 3.4 КоАП РФ 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 ст. 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. Административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного [статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33](#)

настоящего Кодекса. В случае замены административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение дополнительное административное наказание, предусмотренное соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, не применяется.

Согласно Единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенному на сайте Управления Федеральной налоговой службы по Республике Коми, ИП <...> 01.08.2016 включена в реестр как малое предприятие.

В соответствии с п. 19.1 постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 в силу [пункта 2 части 1 статьи 4.3](#) КоАП РФ одним из обстоятельств, отягчающих административную ответственность, является повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный [статьей 4.6](#) КоАП РФ.

При применении указанной нормы судам следует учитывать, что однородными считаются правонарушения, ответственность за совершение которых предусмотрена одной статьей [Особенной части](#) КоАП РФ.

Согласно п. 2 ч. 1 ст. 4.3 КоАП РФ обстоятельствами, отягчающими административную ответственность, в том числе признается повторное совершение однородного административного правонарушения, то есть совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию в соответствии со [статьей 4.6](#) настоящего Кодекса за совершение однородного административного правонарушения.

В соответствии со ст. 4.6 КоАП РФ лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

В Коми УФАС России документы, свидетельствующие о причинении вреда или возникновении 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 о наличии имущественного ущерба в результате совершенного административного правонарушения, отсутствуют.

ИП <...> ранее привлекалась к административной ответственности по ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ постановлениями от 12.01.2016, от 11.05.2016, по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ привлекалась к административной ответственности постановлением от 12.02.2016. С момента окончания исполнения указанных постановлений прошло более 1 года. Соответственно усматриваются основания считать ИП <...> впервые совершившей административное правонарушение. Таким образом, усматриваются обстоятельства для замены административного штрафа на предупреждение.

На основании вышеизложенного, принимая во внимание цели административного наказания, установленные ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, учитывая характер совершенного ИП <...> административного правонарушения, личность ИП <...>, имущественное положение ИП <...>, наличие обстоятельств, смягчающих административную ответственность, отсутствие обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со статьями 4.1, 4.1.1, 4.2, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать индивидуального предпринимателя <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить индивидуальному предпринимателю <...> административное наказание в виде предупреждения.

В соответствии со статьей 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП РФ Постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу:

1) после истечения [срока](#), установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано;

2) после истечения [срока](#), установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление;

3) немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

<...>

