

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

О наложении административного штрафа по делу №03-39/15РШ

об административном правонарушении

г. Якутск

«10» декабря 2015 г.

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) О.А. Ярыгина (приказ №44 от 08.12.2015 г.), рассмотрев протокол об административном правонарушении, составленный в отношении в отношении Общества с ограниченной ответственностью микрофинансовой организации «ГИК-Финанс» (далее – ООО МФО «ГИК-Финанс», Общество), зарегистрированного в качестве юридического лица 31.01.2012 г. за основным государственным регистрационным номером 1121435000653, ИНН/КПП 1435249429/143501001, местонахождение – 677000, Республика Саха (Якутия), г.Якутск, ул.Орджоникидзе, д.46, корп.2, офис 404, и иные материалы дела №03-29/15Р, указывающие на событие административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст.14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

у с т а н о в и л а:

20.08.2015 г. Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе на территории г. Якутска, отслежена реклама финансовых услуг, а именно займа, оказываемых ООО МФО «ГИК-Финанс» с использованием рекламного панно, установленного над входной группой здания Торгового центра «Проспект», расположенного по адресу г.Якутск, ул. Курашова, д.6, следующего содержания: «Денежные займы от 2 000 руб. до 25 000 руб. ГИК-Финанс. 45-55-00, 25-12-19. [www.gikfinance.ru](http://www.gikfinance.ru)» с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

25.08.2015 г. Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) определением о возбуждении дела №03-29/15Р по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе по факту распространения рекламы финансовых услуг, а именно займа, оказываемых ООО МФО «ГИК-Финанс» с использованием рекламного панно, установленного над входной группой здания Торгового центра «Проспект», расположенного по адресу г.Якутск, ул. Курашова, д.6, с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», возбуждено производство по делу.

06.10.2015г. Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе по делу №03-36/15Р от 08.10.2015 г. реклама микрофинансовых услуг, оказываемых ООО МФО «ГИК-Финанс», с использованием рекламного панно, установленного на фасаде здания торгового центра «Проспект», расположенного по адресу г.Якутск, ул. Курашова, д.6, а также с использованием рекламных конструкций (типа щитовой баннер), установленных над входной группой Торгового центра «Дом связи», а именно на козырьке с

боковых сторон и на перилах лестницы с боковых сторон, расположенного по адресу: г. Якутск, ул. Лермонтова, д.62, признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», ООО МФО «ГИК-Финанс» выдано предписание о прекращении нарушения законодательства. В антимонопольный орган уведомление об исполнении предписания, полученного ООО МФО «ГИК-Финанс» 21.10.2015 г., по истечении десятидневного срока не поступило.

По факту нарушения законодательства о рекламе ведущим специалистом экспертом отдела естественных монополий и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) Ивановой В.А. в отношении ООО МФО «ГИК-Финанс» 20.11.2015 г. составлен протокол по делу №03-39/15РШ об административном правонарушении, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях. Общество на составлении и подписании протокола представлял Гиреев И.А. по доверенности от 10.06.2013 г. №14АА0580862.

Определением об отложении рассмотрения дела №03-39/15РШ от 09.12.2015 г. рассмотрение дела было отложено в связи с назначением времени рассмотрения дела №03-39/15РШ на 15 ч. 00м., ввиду поздней явки представителя ООО МФО «ГИК-Финанс» в 15 ч. 28 м., а также назначением рассмотрения дела по антимонопольному законодательству на 15 ч. 30 м., в целях всестороннего, полного и объективного рассмотрения дела.

10.12.2015 г. на рассмотрение дела об административном правонарушении №03-39/15РШ явился представитель ООО МФО «ГИК-Финанс» по доверенности Г. в присутствии адвоката Сейфутдинова Р.С., действующего на основании ордера №15/53 от 20.11.2015 года. Г. пояснил, что вину в совершении административного правонарушения Общество не признает, поддерживает доводы, изложенные в протоколе.

Изучив протокол об административном правонарушении, а также иные материалы дела, пришел к следующим выводам.

Реклама, распространенная с использованием рекламной конструкции, установленной над входной группой здания Торгового центра «Проспект», расположенного по адресу г.Якутск, ул. Курашова, д.6, следующего содержания: «Денежные займы от 2 000 руб. до 25 000 руб. ГИК-Финанс. 45-55-00, 25-12-19. [www.gikfinance.ru](http://www.gikfinance.ru)», привлекает внимание потребителей рекламы к микрофинансовым услугам, оказываемым ООО МФО «ГИК-Финанс», объектом рекламирования в рекламе выступают денежные займы, выдаваемые гражданам по адресу г.Якутск, ул.Курашова, д.6 по условиям от 2 000 руб. до 25 000 руб., указаны номера телефонов и сайт организации 45-55-00, 25-12-19. [www.gikfinance.ru](http://www.gikfinance.ru). Материалами дела установлено, что данная реклама распространялась с 28.04.2015 г., что подтверждается актом №3309 от 28.04.2015 г.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой признается 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 продвижению 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.

Вся информация размещенная в рекламе в совокупности направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, на формирование и поддержание интереса к нему и продвижению деятельности Общества на рынке на месте фактического осуществления деятельности, а именно г.Якутск, ул.Курашова, д.6. Исходя из содержания рекламы, объектом рекламирования рассматриваемой рекламы являются микрофинансовые услуги, предоставляемые ООО МФО «ГИК-Финанс», по условиям от 2 000 до 25 000 рублей

Поскольку в рекламе сообщается о потребительских займах, выдаваемых ООО «ГИК-Финанс» по адресу г.Якутск, ул.Курашова, д.6, при наличии в рекламе информации о сумме займа в размере от 2 000 руб. до 25 000 руб., в ней отсутствуют иные существенные условия, как срок и процентная ставка по рекламируемому займу.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Федерального 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 пункту 6 статьи 4 Федерального Закона «О защите конкуренции» финансовой организацией является хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги – кредитная организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг.

Согласно пункту 1 статьи 2 Федерального закона «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организаций» микрофинансовой деятельностью признается деятельность юридических лиц, имеющих статус микрофинансовой организации, а также иных юридических лиц, имеющих право на осуществление микрофинансовой деятельности в соответствии со статьей 3 настоящего Федерального закона по предоставлению микрозаймов (микрофинансирование).

Рассматриваемая реклама способствует продвижению финансовых услуг, предоставляемых ООО «ГИК-Финанс» по выдаче займа по условиям от 2 000 рублей до 25 000 рублей, при этом, существенные условия оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а именно срок и процентная ставка

отсутствуют, что нарушает требования пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе».

Материалами дела установлено, что ООО МФО «ГИК-Финанс» имеет статус микрофинансовой организации с 24.07.2015 г.

Материалами дела установлено, что согласно пункту 2.1. Общих условий договора потребительского микрозайма, предоставляемого ООО МФО «ГИК-Финанс», утвержденного 30.06.2014 г. приказом генерального директора ООО МФО «ГИК-Финанс» 30.06.2014 г., Общество предоставляет нецелевые потребительские микрозаймы в сумме от 2 000 до 25 000 рублей на срок от 5 до 21 дня.

Материалами дела также установлено, что процентная ставка по займу составляет 2% от суммы займа за каждый день использования денежными средствами или 730 (732)% годовых.

При этом в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя сумма займа, но и информация способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламы, как сроки и минимальная максимальная процентная ставка.

Часть существенных условий влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а именно срок и процентная ставка, в рассматриваемой рекламе займа ООО МФО «ГИК-Финанс» отсутствуют, следовательно, реклама вводит потребителей рекламы в заблуждение, что нарушает требования части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или пользования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Реклама микрофинансовых услуг ООО МФО «ГИК-Финанс» вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку не содержит части существенной информации о рекламируемом займе, а именно срок и процентную ставку.

Кроме того в рекламе, продвигающей финансовые услуги ООО МФО «ГИК-Финанс», а именно предоставления займа в размере от 2 000 руб. до 25 000 руб., в нарушение [части 1 статьи 28](#) Федерального закона "О рекламе" при наличии фирменного логотипа компании с указанием названия «ГИК Финанс», отсутствует полное наименование финансовой организации.

Согласно части 1 статьи 28 Федерального 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).

Согласно статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

Таким образом, в рекламе микрофинансовых услуг, а именно займа, оказываемых ООО МФО «ГИК-Финанс», распространенной с 28.04.2015 г. с использованием рекламной конструкции (типа панно), установленной на фасаде здания торгового центра «Перспект» по адресу г.Якутск, ул.Курашова, д.6, отсутствуют полное наименование финансовой организации, а также иные существенные условия рекламируемого займа, влияющие на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, что нарушает требования части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 [статьи 28](#) Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях установлена административная ответственность за нарушение законодательства о рекламе рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных [частями 2 - 8 статьи 5](#), [статьями 6 - 9](#), [частями 4 - 6 статьи 10](#), [статьей 12](#), [частью 3 статьи 19](#), [частями 2 и 6 статьи 20](#), [частями 1, 3, 5 статьи 21](#), [статьями 24 и 25](#), [частями 1 и 6 статьи 26](#), [частями 1 и 5 статьи 27](#), [статьями 28 - 30.1](#) названного Федерального закона.

Согласно части 8 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в [частях 6 и 7](#) указанной статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ИП Б. рекламно-производственная компания «Оригами». Материалами дела установлено, что макет рассматриваемой рекламы был утвержден сотрудником Общества Ч. и сдан в печать рекламопроизводителем, что подтверждается письменными и устными пояснениями Ч. от 14.09.2015 г., письменными пояснениями ООО МФО «ГИК-Финанс» от 07.09.2015 г., письменными и устными пояснениями непосредственного рекламопроизводителя сотрудника рекламно-производственной компании «Оригами» Ш. от 19.09.2015 г., а также листом согласования дизайн-макета рекламы ООО МФО «ГИК-Финанс», подписанным Ч., представленным в материалы дела Обществом.

Следовательно, вина рекламопроизводителя ИП Б. не установлена.

Согласно письменным и устным пояснениям представителя ООО МФО «ГИК-Финанс» рекламодателем – непосредственным заказчиком рекламы, распространяемой с использованием рекламного панно, установленного на фасаде здания торгового центра «Проспект», расположенного по адресу г.Якутск, ул. Курашова, д.6, выступает сотрудник ООО МФО «ГИК-Финанс» Ч., который является специалистом по взысканию проблемной задолженности ООО МФО «ГИК-Финанс».

Довод представителя ООО МФО «ГИК-Финанс» Гиреева И.А., изложенный в протоколе об административном правонарушении, составленном 20.11.2015 г., о том, что реклама микрофинансовых услуг, предоставляемых ООО МФО «ГИК-Финанс», установленная на фасаде торгового центра «Проспект», не имеет отношения к ООО МФО «ГИК-Финанс», поскольку производством, размещением и распространением указанной рекламы занимался лично Ч. специалист по проблемной задолженности ООО МФО «ГИК-Финанс», не состоятелен в связи со следующим.

Согласно части 1, части 2 статьи 25.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях защиту прав и законных интересов юридического лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, или юридического лица, являющегося потерпевшим, осуществляют его законные представители. Законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с [законом](#) или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение.

Согласно статье 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Согласно приказу о приеме работника на работу Ч. замещает должность специалиста по взысканию проблемной задолженности от 06.04.2015г.

В силу пункта 15.1 Устава ООО МФО «ГИК-Финанс», утвержденного решением внеочередного общего собрания участников ООО МФО «ГИК-Финанс», руководство текущей деятельностью Общества осуществляется единоличным исполнительным органом Общества – генеральным директором.

Согласно части 3 статьи 40 Федерального закона от 08.02.1998 №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» единоличный исполнительный орган общества: 1) без доверенности действует от имени общества, в том числе представляет его интересы и совершает сделки; 2) выдает доверенности на право представительства от имени общества, в том числе доверенности с правом передоверия; 3) издает приказы о назначении на должности работников общества, об их переводе и увольнении, применяет меры поощрения и налагает дисциплинарные взыскания; 4) осуществляет иные полномочия, не отнесенные настоящим Федеральным законом или уставом общества к компетенции общего

собрания участников общества, совета директоров (наблюдательного совета) общества и коллегиального исполнительного органа общества.

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц ООО МФО «ГИК-Финанс» лицом, имеющим право без доверенности действовать от имени юридического лица, а равно законным представителем является И., генеральный директор ООО МФО «ГИК-Финанс».

Чувашов И.В. в силу статьи 25.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях не является должностным лицом ООО МФО «ГИК-Финанс», имеющим право представлять Общество без доверенности.

Следовательно, действия Ч. по размещению рекламы направлены на продвижение деятельности юридического лица - ООО МФО «ГИК-Финанс», в интересах Общества для широкого круга лиц.

Довод Г., изложенный в протоколе, составленный в отношении ООО «МФО «ГИК-Финанс», о том, что у Общества не имелось возможности пресечь распространение рекламы с признаками нарушения законодательства о рекламе не состоятелен в связи со следующим.

Согласно материалам дела, а именно договора аренды помещения от 23.04.2015 г., заключенного ООО УК «Утум +», ООО «МФО «ГИК-Финанс» арендует помещение под дополнительный офис, расположенный на 2 этаже торгового центра «Проспект» по адресу г.Якутск, ул.Курашова, д.6, а также на основании договора аренды от 10.04.2015г. ООО МФО «ГИК-Финанс» имеет право распоряжаться частью фасада здания, расположенного по адресу г.Якутск, ул.Курашова, д.6 для размещения баннера, кроме того, содержание рекламы, длительный период распространения, указывают на то, что основной целью распространения рассматриваемой рекламы является привлечения внимания к микрофинансовой деятельности самого юридического лица ООО МФО «ГИК-Финанс» по месту осуществления микрофинансовой деятельности, а именно по адресу г.Якутск, ул.Курашова, д.6., действия Ч. направлены на привлечение внимания к финансовой деятельности Общества, направленной на извлечение прибыли.

Согласно статье 2 Федерального закона от 02.07.2010 N 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях" микрофинансовая деятельность - деятельность юридических лиц, имеющих статус микрофинансовой организации, а также иных юридических лиц, имеющих право на осуществление микрофинансовой деятельности в соответствии со [статьей 3](#) настоящего Федерального закона, по предоставлению микрозаймов (микрофинансирование).

Следовательно, у Общества имелась возможность выявить, а также принять меры по недопущению дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы микрофинансовых услуг, оказываемых ООО МФО «ГИК-Финанс» в месте непосредственного осуществления своей деятельности.

В силу части 2 статьи 2.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или

законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Все указанные доводы были отражены в решении по делу №03-29/15Р и в протоколе об административном правонарушении, составленном в отношении ООО «МФО «ГИК-Финанс» 20.11.2015 г.

Антимонопольным органом также в ходе рассмотрения дела было установлено распространение рекламы микрофинансовых услуг, а именно займа, оказываемых ООО МФО «ГИК-Финанс», с использованием двух рекламных конструкций (типа щитовой баннер), установленной на входной группе здания торгового центра «Дом связи», г.Якутск, ул.Лермонтова, д.62, а именно на двух боковых сторонах козырька следующего содержания: «Денежные займы. От 2 000 до 25 000 рублей. ГИК-Финанс. 45-55-00, 25-12-19. [www.gikfinance.ru](http://www.gikfinance.ru)»

На нижней части рекламного поля рекламы, распространяемой с использованием рекламной конструкции, установленной на боковых сторонах козырька входной группы здания торгового центра «Дом связи» имеется текст, восприятие которого затруднено, поскольку данный текст размещен мелким шрифтом, что затрудняет его восприятие.

В рассматриваемой рекламе присутствует одно из существенных условий, влияющее на стоимость рекламируемой услуги займа, а именно сумма от 2 000 до 25 000 рублей, при этом иные существенные условия, определяющие фактическую стоимость займа и влияющие на нее как срок и процентная ставка по займу, в рекламе отсутствуют, поскольку их восприятие не представляется возможным.

В рекламе микрофинансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Согласно пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских услуг 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 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или пользования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Размещение рекламоносителя на значительном расстоянии от земли (3,5 метра) не позволяет потребителю прочесть информацию, написанную в данной рекламе мелким шрифтом; несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации о рекламируемой микрофинансовой услуге, а именно крупно указанной сумме по займу, воспринимаемой (читаемой) на значительном расстоянии, форма предоставления остальных существенных условий займа такова, что данный текст потребителями не воспринимается, а равно в рекламе

отсутствуют, что приводит к введению в заблуждение потребителей рекламы.

Используемый в рекламе крупный шрифт, которым выполнено одно из условий займа – сумма «от 2 000 руб. до 25 000 рублей», значительно превышает размер мелкого шрифта. Изложенный крупным шрифтом текст «Денежные займы от 2 000 руб. до 25 000 руб. ГИК-Финанс. 45-55-00, 25-12-19. [www.gikfinance.ru](http://www.gikfinance.ru)» воспринимается и читается на значительном расстоянии, в то время как иные существенные условия рекламируемого займа затруднительны для прочтения, потребителем не воспринимаются, а равно отсутствуют.

Формальное присутствие в рекламе финансовых услуг обозначенных условий, напечатанных мелким, нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, не может рассматриваться как их наличие, поскольку может ввести потребителей рекламы в заблуждение относительно ряда существенных условий рекламируемого займа.

В соответствии с разъяснениями Федеральной антимонопольной службы от 29.11.2010 N АК/41963 при оценке рекламы следует учитывать совокупность таких особенностей размещения рекламы, как: фактический размер шрифта, которым написаны существенные условия оказания услуги по сравнению с шрифтом основной привлекательной информации об услуге, высоту расположения текста, месторасположение возле проезжей части дороги, ограниченное время считывания информации для потребителей. На возможность восприятия информации могут также влиять иные факторы, ухудшающие восприятие объектов зрения: изменение освещенности, цвета надписи или фона, снижающих контраст, угла зрения.

Способ (дизайн), шрифт и площадь (на нижней части рекламного поля), размещения иной существенной информации, а также место установки рекламной конструкции (возле проезжей части дороги), а также соотносимость размера, света шрифта с фоном рекламного поля, зрительное акцентирование внимания на сумме займа от 2 000 до 25 000 рублей, изображенной крупными цифрами на ярко красном фоне, делает мелкий текст с иными существенными условиями, практически недоступным для восприятия на значительном расстоянии. Данное обстоятельство не позволяет прочесть (воспринять) в полном объеме участниками дорожного движения, проезжающими на автотранспортных средствах информации, указанной в рекламе мелким шрифтом.

Согласно позиции ФАС России, изложенной в [письме](#) ФАС России от 13.08.2010 №АК/26483 "Об усилении контроля за рекламой финансовых услуг", в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В том случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способны обмануть их ожидания, сформированные рекламой, отображаются (представлены) в рекламе мелким шрифтом, нечитаемом обычным способом, а его восприятие зрением ограничено, то следует считать, что текстовая информация, размещенная с использованием мелкого шрифта недоступна для восприятия, следовательно, 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 (с учетом размера рекламной конструкции и шрифта текста рекламы, а также его местоположения), свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Согласно части 1 статьи 422 Гражданского кодекса РФ договор должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным законом и иными правовыми актами (императивным нормам), действующим в момент его заключения.

Статья 432 ГК РФ относит к существенным условиям предмет договора, а также условия, которые являются существенными или необходимыми для договора данного вида согласно законам или иным нормативным актам.

Учитывая совокупность указанных выше факторов, следует, что в сочетании с характером и особенностями размещения рекламы не позволяет потребителю понять и уяснить с равной степенью концентрации внимания всю совокупность изложенной в рекламе информации.

Следовательно, в рекламе микрофинансовых услуг, а именно займа, оказываемых ООО МФО «ГИК-Финанс», распространенная с использованием аналогичных по содержанию двух рекламных конструкций (типа щитовой баннер), установленных на входной группе здания торгового центра «Дом связи», а именно на боковых сторонах козырька, информация, размещенная на нижней части рекламного поля не доступна для восприятия, а равно отсутствует, что вводит потребителей рекламы в заблуждение в нарушение части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

При составлении протокола представитель Общества Гиреев А.И. возразил, что информация о существенных условиях рекламируемого займа, исполненная в рассматриваемой рекламе мелким шрифтом, можно воспринять (прочесть) на значительном расстоянии, а также то, что реклама, установленная на лицевой стороне козырька, просматривалась с проезжей части улицы Лермонтова и не содержала информации о существенных условиях рекламируемой микрофинансовой услуги. Кроме того, Г. полагает, что реклама, установленная на боковых сторонах козырька, содержащая текст, исполненный мелким шрифтом, была направлена на привлечение внимание прохожих, посетителей торгового центра, которым указанная информация доступна для чтения. Данный довод антимонопольный орган считает не состоятельным по следующим основаниям.

Рассматриваемая реклама распространена с использованием рекламной конструкции (средства наружной рекламы), для внимания широкого круга лиц, установленной на входной группе торгового центра «Дом связи», расположенного по адресу г.Якутск, ул.Лермонтова, д.62, а именно на козырьке с двух боковых сторон. Данный торговый центр находится вблизи рынка «Крестьянский», находящегося по адресу г.Якутск, ул.Лермонтова, д.62/2, на пересечении двух улиц: Лермонтова и Короленко, кроме того на расстоянии приблизительно 10 метров от торцевой стороны здания торгового центра «Дом связи» имеется заезд (проезжая часть) от главной дороги (улицы Короленко) в сторону рынка «Крестьянский». Следовательно, реклама займов, выдаваемых ООО «МФО «ГИК-Финанс», привлекает внимание не только пешеходов, посетителей торгового центра, но и участников дорожного движения по улице Короленко, проезжей части

от улицы Короленко к воротам рынка «Крестьянский», а также улицы Лермонтова, поскольку реклама, установленная на боковых сторонах козырька входной группы торгового центра «Дом связи», доступна для внимания широкого круга лиц, в том числе и водителей и пассажиров движущихся транспортных средств, которые проезжают мимо данного торгового центра. Учитывая указанные обстоятельства, а также, что реклама распространяется с использованием средства наружной рекламы, время считывания информации ограничено скоростью движения транспортного средства, а также иными факторами, не позволяющими в полной мере воспринять (прочитать) информацию о существенных условиях рекламируемого займа, что нарушает их права на получение добросовестной, достоверной информации в рекламе.

Материалами дела установлено, что рекламопроизводителем рекламы ООО МФО «ГИК-Финанс», распространенной с использованием двух рекламных конструкций (типа щитовой баннер), установленных на входной группе здания торгового центра «Дом связи», г.Якутск, ул.Лермонтова, д.62, а именно на боковых сторонах козырька, выступает ИП В., что подтверждается письменными и устными пояснениями ООО МФО «ГИК-Финанс» 16.09.2015 г., договором подряда №ПФ/554 от 16.07.2015 г., платежным поручением №394 от 16.07.2015 г., эскизным проектом, электронной перепиской представителя ООО МФО «ГИК-Финанс» и ИП В., письменными пояснениями ИП В. от 17.09.2015г.

Материалами дела вина рекламопроизводителя ИП В. в нарушении требований пункта части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» при производстве рекламы ООО МФО «ГИК-Финанс» не установлена, поскольку согласно эскизному проекту ООО МФО «ГИК-Финанс» утвердило макет рекламы перед печатью на баннер, что также подтверждается электронной перепиской, представленной в материалы дела ООО МФО «ГИК-Финанс», у Общества имелась возможность не допустить нарушение законодательства о рекламе после предупреждения ИП В. о необходимости соблюдения требований Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы финансовых услуг, однако Общество формально подошло к данному вопросу, выбрав способ размещения мелким шрифтом.

Таким образом, материалами дела установлено, что рекламодателем рекламы ООО МФО «ГИК-Финанс», распространенной с использованием двух рекламных конструкций (типа щитовой баннер), установленной над входной группой здания торгового центра «Дом связи», г.Якутск, ул.Лермонтова, д.62, а именно на двух боковых сторонах козырька, выступает ООО МФО «ГИК-Финанс».

В соответствии с частью 1 статьи 1.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина. При этом, в силу части 1 статьи 2.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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.

Согласно части 2 статьи 2.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях юридическое лицо признается виновным в совершении административного

правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

В силу части 3 статьи 2.1. Кодекса РФ об административных правонарушениях назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

Вышеизложенные обстоятельства совершения административного правонарушения свидетельствуют о том, что у ООО МФО «ГИК-Финанс» имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых Кодексом РФ об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность, но Обществом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Обстоятельств, препятствующих ООО МФО «ГИК-Финанс» соблюсти требования законодательства о рекламе, материалами дела не установлено. Доказательства принятия Обществом всех зависящих от него мер, направленных на недопущение нарушения законодательства о рекламе в материалах дела отсутствуют. При таких условиях Общество виновно в совершении административного правонарушения.

Таким образом, материалами дела установлено, что ООО МФО «ГИК-Финанс», являясь рекламодателем (продавцом товара в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащей рекламы микрофинансовых услуг, а именно займа, реализуемого ООО МФО «ГИК-Финанс», без надлежащего контроля на предмет соответствия требованиям законодательства РФ о рекламе, допустив ее к распространению с использованием рекламного панно, установленного на фасаде здания торгового центра «Проспект», расположенного по адресу г.Якутск, ул. Курашова, д.6, с 28.04.2015 г. по 31.08.2015 г., а также определив содержание рекламы, распространенной с использованием рекламных конструкций (типа щитовой баннер), установленных на входной группе, а именно на козырьке с боковых сторон, Торгового центра «Дом связи», расположенного по адресу: г. Якутск, ул. Лермонтова, д.62 с 28.07.2015 г. по 17.09.2015 г. с нарушением требований части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», совершило административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

К обстоятельствам, смягчающим административную ответственность можно отнести то, что ранее Общество к административной ответственности, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, не привлекалось.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено.

С учетом указанных обстоятельств, отягчающих и смягчающих административную

ответственность, назначить минимальный размер штрафа, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Руководствуясь статьями 1.5, 2.2, 4.1, 4.2, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10, 31.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

п о с т а н о в и л а:

Признать Общество с ограниченной ответственностью микрофинансовую организацию «ГИК-Финанс» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях и назначить административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

Согласно ч.1. ст.32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Суммы штрафов за нарушения законодательства РФ о рекламе, зачисляются в бюджет по следующим реквизитам:

Получатель: Управление Федерального казначейства по РС (Я) (Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) л/с 04161705470)

ИНН 1435137122

КПП 143501001

Банк получателя

ГРКЦ НБ РЕСП. САХА (ЯКУТИЯ) БАНКА РОССИИ Г. ЯКУТСК

Р/с 40101810100000010002

БИК 049805001

ОКТМО 98701000

КБК 161 11626000016000140

Наименование платежа: Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе согласно постановления №03-39/15РШ от 10.12.2015 г.

Постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в судебном порядке в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления (ст.30.1,

30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях).

Постановление вступило в законную силу «19» декабря 2015 г.

Заместитель руководителя

О.А. Ярыгина