

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о предупреждении по делу об административном правонарушении

город Омск  
31 августа 2022 года

Дело  
№ 055/04/14.3-  
682/2022

Временно исполняющий обязанности заместителя руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 23.08.2022 и другие материалы дела, возбужденного по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении общества с ограниченной ответственностью «Омские городские СМИ» (ИНН 5503253286, ОГРН 1145543042655, юридический адрес: 644007, г. Омск, ул. Булатова, д. 100, далее - ООО «Омские городские СМИ», Общество),

в отсутствие законного представителя ООО «Омские городские СМИ» (ходатайство от 30.08.2022 вх. № 8584э)

#### УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 11.08.2022 по делу № 055/05/28-546/2022 реклама, распространенная ООО «Омские городские СМИ» на странице № 32 в выпуске № 5 (733) от 07.02.2022 городской общественно-политической газеты «Вечерний Омск-Неделя», была признана ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5 и частей 1 и 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

Комиссией Омского УФАС России также было принято решение о передаче материалов дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Протоколом об административном правонарушении от 23.08.2022 в отношении ООО «Омские городские СМИ» возбуждено дело № 055/04/14.3-682/2022 по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Доказательствами по делу об административном правонарушении, установленными протоколом и другими документами, подтверждено следующее.

В ходе проведения мониторинга печатных изданий Омским УФАС России выявлен факт распространения на странице № 32 в выпуске № 5 (733) от 07.02.2022 городской общественно-политической газеты «Вечерний Омск-Неделя» информации следующего содержания: «**ВЫСТАВКА-РАСПРОДАЖА ШУБЫ Фабрика г. Пятигорска**

*НОРКА от 25 000 р. и выше*

*МУТОН короткий от 7 000 р. и выше длинный от 12 000 р. и выше*

*НУТРИЯ*

*КАРАКУЛЬ*

*БОБРИК*

*ДУБЛЕНКИ*

ЖИЛЕТЫ

ШАПКИ

АКЦИЯ меняем старую шубу на новую

ЖДЕМ ВАС С 9.00 до 18.00 РАССРОЧКА 0-0-24 (0%) **КРЕДИТ** от 3 мес. до 3 лет (БЕЗ ПЕРВОГО ВЗНОСА) ПРИ СЕБЕ ИМЕТЬ ПАСПОРТ \*Кредит, рассрочку предоставляет.... Принимаем к оплате карты МИР VISA ул. Ипподромная, 12, ДК «Современник»:

По определению, данному статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

**реклама** - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

**объект рекламирования** - это товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;

**товар** - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к выставке-продаже и реализуемым на ней товарам. Одновременно в рекламе привлекается внимание к финансовой услуге – **кредиту**.

При этом указанная реклама распространена с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе:

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.

В силу статьи 5 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» **понятие кредит** относится к банковским операциям, осуществление которых в силу статьи 13 данного Федерального закона производится на основании лицензии, выданной Центральным банком Российской Федерации.

Таким образом, реклама, содержащая указание на возможность приобретения потенциальными покупателями товаров в кредит, является рекламой финансовых услуг.

В соответствии с частью 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).

В пункте 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее - постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58) указано: «если информация изображена

*таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования».*

В силу 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 использования, если при этом искажается смысл информации и вносятся в заблуждение потребители рекламы.

В нарушение части 7 статьи 5 и части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» информация о лице, оказывающем финансовую услугу (кредит) не поддается прочтению, следовательно, считается отсутствующей.

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

В соответствии с абзацем 2 пункта 25 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «*к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.)*».

В нарушение части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» рассматриваемая реклама содержит сведения только о сроке «*от 3 мес. до 3 лет*» и о том, что кредит предоставляется «*БЕЗ ПЕРВОГО ВЗНОСА*» при отсутствии сведений об иных условиях (процентная ставка, сумма и т.д.), влияющих на стоимость кредита для заемщика.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **ненадлежащая** реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

На запрос Омского УФАС России ООО «Омские городские СМИ» была представлена информация (вх. № 2370Э от 10.03.2022), согласно которой «... В указанном материале имеется реклама финансовых услуг без указания всех условий их предоставления.

*Указанное нарушение законодательства допущено обществом не умышленно. Не осуществлен надлежащий контроль за содержанием размещаемой рекламы.*

*Редакцией проведены мероприятия по информированию работников редакции о необходимости соблюдения законодательства о рекламе.*

*Договор на распространение рекламы заключен с индивидуальным предпринимателем... Оплата в размере 6500,00 рублей осуществлена переводом 08.02.2022...».*

Дополнительно в ответе от 05.04.2022 (вх. № 3509Э) Общество указало следующее: «...**договор на распространение рекламы со стороны рекламодателя подписан не был.** Общество

*предпринимало неоднократные попытки подписания договора, направляло информацию по электронной почте, однако рекламодатель перестал выходить на связь. Рекламодателем является индивидуальный предприниматель ...Оплата в размере 6500 рублей осуществлена переводом 08.02.2022...».*

ООО «Омские городские СМИ» в адрес Омского УФАС России представлена справка по операции, сформированная ПАО «Сбербанк», о переводе 08.02.2022 в 08:40 час. суммы в размере 6500 руб. Вместе с тем указанный документ не позволяет определить назначение платежа.

В силу пункта 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ООО «Омские городские СМИ» является рекламораспространителем.

Кроме того, учитывая отсутствие доказательств, подтверждающих, что вышеуказанная информация распространялась на странице № 32 в выпуске № 5 (733) от 07.02.2022 городской общественно-политической газеты «Вечерний Омск-Неделя» по заказу третьих лиц, ООО «Омские городские СМИ» в данном случае выступает и в качестве рекламодателя.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 и частями 1 и 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно **части 1 статьи 14.3 КоАП РФ** нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, -

влечет наложение административного штрафа на 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.

Таким образом, ООО «Омские городские СМИ», имея возможность для соблюдения требований части 7 статьи 5 и частей 1 и 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», не приняв все зависящие от Общества меры по их соблюдению, распространив ненадлежащую рекламу, совершило административное правонарушение, ответственность за которого предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения: Омская область, г. Омск.

Время совершения административного правонарушения: 07.02.2022.

На момент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки давности привлечения к административной ответственности, установленные статьей 4.5 КоАП РФ, не истекли.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение ООО «Омские городские

СМИ» установленных Федеральным законом «О рекламе» требований, а также обстоятельства, вынуждающие Общество действовать в состоянии крайней необходимости, при рассмотрении дела не установлены.

При назначении наказания должностным лицом, рассматривающим дело 055/04/14.3-682/2022, учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ.

В качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность ООО «Омские городские СМИ» (статья 4.2 КоАП РФ), признан факт совершения административного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность (статья 4.3 КоАП РФ), не выявлено.

На основании части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ 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 частям 1, 2 и 3 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. 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 в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Оценив характер и обстоятельства совершенного ООО «Омские городские СМИ» административного правонарушения, должностное лицо усмотрело основания для применения положений статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ, поскольку их применение в данной ситуации является справедливым, отвечающим принципу целесообразности юридической ответственности, характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения, соответствует как интересам лица, привлекаемого к ответственности, так и интересам государства.

На основании изложенного, руководствуясь **статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, частью 1 статьи 29.9** Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, пунктом 7.12 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденного приказом Федеральной антимонопольной службы от 23.07.2015 № 649/15, зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Федерации 24.08.2015 № 38653,

#### П О С Т А Н О В И Л:

Признать ООО «Омские городские СМИ» (ИНН 5503253286, ОГРН 1145543042655) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое

предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и применить к нему меру ответственности, предусмотренную частью 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в виде **предупреждения** за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

По истечении этого срока необжалованное и неопротестованное постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу и обращается к исполнению.

Врио заместителя руководителя управления<...