

# П О С Т А Н О В Л Е Н И Е № 38 р -35-12

о наложении штрафа по делу

об административном правонарушении

«28» апреля 2012 г.

г. Киров

Исполняющий обязанности руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении № 38 р от 28.04.2012 года, составленный <...> – специалистом 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы в отношении индивидуального предпринимателя <...> о нарушении статьи 16, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года,

## У С Т А Н О В И Л:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по рассмотрению дела № 35 по признакам нарушения законодательства о рекламе, был установлен факт нарушения индивидуальным предпринимателем <...>., как рекламодателем, статьи 16 и части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года.

Нарушение заключалось в следующем.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление <...> о нарушении действующего рекламного законодательства при размещении рекламы «Меховая мода» и «Уютный дом» в каталоге «Скидка Киров» № 1 (1) за март 2012 года.

В ходе проверки обращения физического лица было установлено, что в рекламно-информационном издании журнале «Скидка Киров» № 1 за март 2012 года были размещены рекламные модули следующего содержания:

-на страницах 6-7: «Сезонные скидки! Кредит без переплаты и первоначального взноса! Подробности акции у продавцов-консультантов. Меховая мода. <...> – ул. <...>, 75. <...> – 2 этаж, т. 54-2<...>.www.mehmoda.com. Реклама сопровождается фотографиями женщин в меховых изделиях с указанием цены, а именно: жакет 279 (норка жемчуг) 129000, жилет 0011 (лиса блюфрост) 13000, шляпа «Вояж» (каракуль) 4500, жакет 294-2 (енот, трикотаж) 24000, шапка «Эмили» (енот) 4500, жилет 0022 (куница) 56000, болеро 342 (норка, соболь) 99000; жилет 0021 (норка) 56000; шляпа «Магнолия» 16500; жилет 0016 (рысь) 39000.; шапка «Инесса» (рысевидная кошка) 11900; пальто 316 (каракуль) 66000; шапка «Алсу» (соболь) 37000»;

-на странице 18 в разделе Дом/Интерьер: «Уютный дом, 44-00-65 ■ Бесплатная

*консультация дизайнера ■ Рассрочка платежа ■ Без предоплаты ■ Стоимость работ определяется сложностью воплощения. Ремонт, доступный каждому!».*

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация в рекламных модулях «*Меховая мода*» и «*Уютный дом*» соответствует требованиям статьи 3 Закона о рекламе и является рекламой.

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

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

Требования к рекламе финансовых услуг определены в статье 28 Закона о рекламе. В соответствии с частью 1 указанной статьи реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» под финансовой услугой понимается 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.

К финансовой организации, оказывающей финансовые услуги, относится кредитная организация. Кредитной организацией является юридическое лицо, которое на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка РФ имеет право осуществлять банковские операции.

В силу части 1 статьи 819 Гражданского кодекса РФ (далее ГК РФ) по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

При этом кредит является одной из форм размещения денежных средств, которая в силу пункта 2 части 1 статьи 5 Федерального закона № 395-1 «О банках и банковской деятельности», относится к банковским операциям.

Таким образом, право предоставления кредитов принадлежит только банкам и иным кредитным организациям.

Учитывая изложенное, указание в рекламе на возможность приобретения товаров в кредит допускается только при условии ссылки на конкретную кредитную организацию, которая предоставляет данную финансовую услугу.

Рекламный модуль «Меховая мода» не содержал сведений о наименовании лица, предоставляющего финансовую услугу – кредит и соответственно был размещен с нарушением требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Кроме того, согласно статье 823 ГК РФ договорами, исполнение которых связано с передачей в собственность другой стороне денежных сумм или других вещей, определяемых родовыми признаками, может предусматриваться предоставление кредита, в том числе в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ или услуг (коммерческий кредит), если иное не установлено законом. Коммерческим кредитом может считаться всякое несовпадение во времени встречных обязательств по заключенному договору, когда товары поставляются (работы выполняются, услуги оказываются) ранее их оплаты либо платеж производится ранее передачи товаров (выполнения работ, оказания услуг).

С учетом изложенного, коммерческий кредит может предоставляться и не финансовыми организациями.

Таким образом, рассрочка оплаты считается также финансовой услугой, которая в силу части 1 статьи 28 Закона о рекламе должна сопровождаться информацией о наименовании хозяйствующего субъекта предоставляющего данную услугу.

В рекламе «Уютный дом» рекламировалась финансовая услуга - рассрочка, без указания наименования лица, оказывающего эту услугу.

Отсутствие в тексте рекламы указанных сведений искажает смысл информации, наличие в рекламе слов «кредит и рассрочку» не дает потребителям рекламы верного представления об условиях приобретения товара, о лицах предоставляющих услуги по кредиту и рассрочке и может вводить потребителей в заблуждение, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

Данные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Таким образом, рекламные модули не содержали сведений о наименовании лиц, предоставляющих финансовые услуги (кредит и рассрочка), то есть сведений, которые являются обязательными в силу закона и соответственно были размещены с нарушением требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Кроме того, в соответствии со статьей 16 Закона о рекламе размещение рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических

печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Журнал «Скидка Киров» (Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ТУ 43-299 от 07 декабря 2011 года) является рекламным изданием, реклама более 40 %.

Таким образом, газета является изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера.

При этом на обложке данного журнала информация о такой специализации, в нарушении статьи 16 Закона о рекламе, отсутствовала.

Согласно ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований ст. 16, ч. 1 ст. 28 Закона несет ответственность рекламодатель.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы в журнале «Скидка Киров» является ИП <...>

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Комиссия считает, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине рекламодателя индивидуального предпринимателя <...>

Таким образом, ИП <...> являясь рекламодателем, разместила в журнале ненадлежащую рекламу.

Все вышеизложенное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине индивидуального предпринимателя <...>.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях индивидуальный предприниматель <...> несет ответственность как должностное лицо, в случае совершения ей административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Протокол составлен и рассмотрен в присутствии Индивидуального предпринимателя <...> которая факт нарушения признала.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения рекламного законодательства. Факты, изложенные в протоколе об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 35.

В соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов РФ об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, является формальным и существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий правонарушения, а в пренебрежительном отношении виновного лица к исполнению своих публично-правовых обязанностей. Любая реклама должна разрабатываться с должным чувством ответственности перед обществом.

Оценив все имеющиеся в материалах дела документы, а также учитывая то, что нарушено право неопределенного круга лиц, потребителей рекламируемых услуг на получение обязательной информации, безосновательно признавать данное нарушение малозначительным и применять ст. 2.9 КоАП РФ.

Следует принять во внимание и тот факт, что индивидуальный предприниматель <...> является профессиональным участником рекламного рынка, выступая в качестве рекламодателя, поэтому она должна знать требования рекламного законодательства, и реальная возможность их соблюдения у нее имелась, но всех необходимых мер по их выполнению она не предприняла.

При определении размера административного штрафа материальное положение индивидуального предпринимателя <...> учтено.

Смягчающим обстоятельством является добровольное устранение нарушения. Отягчающих обстоятельств не установлено.

Наложение административного штрафа на индивидуального предпринимателя <...> осуществляется в минимальном размере санкции, установленной ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Руководствуясь статьями 3, 5, 16, 28 ФЗ «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 2.9, 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Признать индивидуального предпринимателя <...> виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Применить к индивидуальному предпринимателю <...> меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 4 000 (четыре тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации 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 статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа индивидуальному предпринимателю <...> надлежит представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области копии платежных документов. В соответствии с ч. 1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

И.о. руководителя управления

<...>