

## ПРОТОКОЛ № 012/04/14.3-1022/2021

### об административном правонарушении

«12» ноября 2021 года  
Йошкар-Ола

г.

Протокол составлен ведущим специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России <...> в соответствии со статьей 28.2 КоАП РФ в отношении должностного лица ООО «Титан» <...> (<...>) по факту распространения наружной рекламы следующего содержания «ТИТАН покупайте с гарантией СУПЕР низкие цены!...» с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», ответственность за данное административное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ)

#### **Место, время совершения и событие административного правонарушения:**

*Место совершения административного правонарушения:* г. Йошкар-Ола.

*Время совершения административного правонарушения:* 14.04.2021 даты проведения мониторинга рекламы

Событие административного правонарушения выразилось в следующем.

Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено в отношении ООО «Титан» по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении наружной рекламы по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 27Б, следующего содержания:

а также по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Шевцовой, д. 7:

В соответствии со статьей 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.

Так, согласно статье 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара. Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как рекламы. Тем самым признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05 апреля 2007 года исх. № АЦ/4624).

Спорная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как распространена при помощи рекламных листовок, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – товарам магазина «Титан», формированию или поддержанию интереса к ним и их продвижению на рынке.

В информации присутствует выражение «Лучшие товары недели». По анализу статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной.

При этом 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Пунктом 29 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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.

При употреблении вышеуказанного словосочетания в целях недопущения ложного впечатления потребителей об услугах иных хозяйствующих субъектов, оказывающих аналогичные услуги необходимо указывать в связи с чем сделан данный вывод.

В рассматриваемой рекламе присутствует словосочетание «лучшие товары недели», однако отсутствует указание на конкретный критерий, с помощью которого указанная в рекламе информация может быть подтверждена или опровергнута объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение.

Таким образом, рассматриваемая рекламная информация нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе содержится информация о предоставлении денег под залог бытовой техники и электроники.

В соответствии с [пунктом 2 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Частью 13 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным [законом](#) «О потребительском кредите (займе)», не допускается.

В соответствии со [статьей 4](#) Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

При этом, стоит отметить, что в силу положений Гражданского [кодекса](#) Российской Федерации (в частности, [статьи 807, 819](#)) и Федерального [закона](#)

«О потребительском кредите (займе)» услуги по предоставлению потребительских займов не являются услугами по предоставлению потребительских кредитов и наоборот. При этом кредитором по кредитному договору может выступать только банк или иная кредитная организация, а займодавцем по договору займа - иные лица.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ, основным видом деятельности ООО «Титан» (<...>) является 47.79 «Торговля розничная бывшими в употреблении товарами в магазинах».

Следовательно, является ненадлежащей реклама услуг по предоставлению займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя.

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; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Антимонопольным органом установлено, что в рекламной листовке указаны сведения о реализующем товар.

Таким образом, лицом, заинтересованным в распространении рекламы товара является ООО «Титан» (<...>) в лице законного представителя <...>, поскольку общество имеет коммерческий интерес в продвижении рекламируемого товара на рынке товаров.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламной информации является ООО «Титан» в лице <...>.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно пункту 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического

или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В силу статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

В соответствии с пунктом 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами, в том числе правом обжаловать постановление по делу в течение 10 дней согласно статьям 30.1, 30.3 КоАП РФ.

Под должностным лицом в КоАП РФ следует понимать лицо – руководителя, работника организации, совершившее административное правонарушение в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций.

Организационно-распорядительные функции включают в себя руководство коллективом, расстановку и подбор кадров, организацию труда или службы подчиненных, поддержание дисциплины, применение мер поощрения и наложение дисциплинарных взысканий и иные.

К административно-хозяйственным функциям могут быть, в частности, отнесены полномочия по управлению и распоряжению имуществом и денежными средствами, находящимися на балансе и банковских счетах организаций и учреждений, воинских частей и подразделений, а также совершение иных действий: принятие решений о начислении заработной платы, премий, осуществление контроля за движением материальных ценностей, определение порядка их хранения и т.п.

Должностное лицо, в силу возложенных на него обязанностей, должно знать требования рекламного законодательства и соблюдать их.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ генеральным директором ООО «Титан» является <...>.

Вместе с тем, <...> не принял всех зависящих от него мер при наличии необходимой степени заботливости и осмотрительности, которые требовались от него по соблюдению требований действующего законодательства, не исполнил надлежащим образом организационно-

распорядительные и административно-хозяйственные функции по соблюдению требований законодательства о рекламе, т.е. не предпринял необходимых и достаточных мер для соблюдения законодательства о рекламе.

Из анализа представленных сведений следует, что рассматриваемая реклама распространена от имени и в интересах ООО «Титан» <...>.

Протокол составлен по правилам статьи 28.2 КоАП РФ в отсутствие <...> надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте составления протокола (уведомление о составлении протокола направлено по адресу места регистрации лица, привлекаемого к административной ответственности, получено 26.10.2021).

**Дело об административном правонарушении будет рассматриваться 26 ноября года в 09:15 по адресу: ул. Волкова, д. 164, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл.**

<...>

(ФИО составившего протокол)

\_\_\_\_\_2021

Г.

\_\_\_\_\_

(подпись)

Объяснения (представителя, защитника):

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Права и обязанности разъяснены

(лицо, привлекаемое к административной ответственности)

\_\_\_\_\_

(Подпись)

С протоколом ознакомлен

(лицо, привлекаемое к административной ответственности)

\_\_\_\_\_  
(Подпись)

Копию протокола получил \_\_\_\_\_ 2021 г.

(лицо, привлекаемое к административной ответственности)

-----  
(Подпись)

Обращаем внимание, что пропуск в здание Марийского УФАС России ограничен: при входе необходимо иметь при себе средства индивидуальной защиты (медицинская маска, одноразовые перчатки).

Также сообщаем, возможность участия в составлении протокола будет организована посредством удаленного доступа по ссылке: <https://fas1.tconf.rt.ru/c/5298930953>.

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS.

Инструкция для участников видеоконференцсвязи прилагается к настоящему уведомлению.

Информацию об участии в составлении протокола посредством удаленного доступа необходимо сообщить в Марийское УФАС России по телефону 8 (8362) 41-76-21.

Приложение: инструкция для участников видеоконференцсвязи – 9.