

1. Кунцевская межрайонная  
прокуратура Западного  
административного округа

121354, г. Москва, ул. Гришина,  
д. 18, корп. 1.

2. ООО «Залог Успеха «Ломбард»

119590, г. Москва, ул. Минская, д. 1Г,  
корп. 1, пом. XVI, комн. 1-38

## **ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

### **о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 4-14.3-102/77-17**

**«27» января 2017 года**

**г. Москва**

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве <...>, рассмотрев постановление о возбуждении дела об административном правонарушении от 15.12.2016, поступившее из Кунцевской межрайонной прокуратуры г. Москвы, и материалы дела № 4-14.3-102/77-17 в отношении юридического лица ООО «Залог Успеха «Ломбард» (место нахождения: г. Москва, ул. Минская, д. 1Г, корп. 1, пом. XVI, комн. 1-38; дата регистрации — 07.08.2009; ОГРН 1097746431991ИНН 7733706230 КПП 772901001) по факту совершения действий, содержащих признаки административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в присутствии защитников <...> и <...> по доверенности № 3/18-0 от 25.01.2017, в присутствии представителя Кунцевской межрайонной прокуратуры г. Москвы <...>,

### **УСТАНОВИЛ:**

Кунцевской межрайонной прокуратурой г. Москвы 13.12.2016 во исполнения поручения прокуратуры г. Москвы проведена проверка соблюдения ООО «Залог Успеха «Ломбард», расположенным по адресу: г. Москва, ул. Толбухина, д. 7, корп. 1, законодательства о рекламе.

В результате проверки установлено, что на конструкции, расположенной на стеклах витрин ООО «Залог Успеха «Ломбард», размещена информация следующего содержания: *«ЗАЛОГ УСПЕХА ЛОМБАРДЫ. ЮВЕЛИРНЫЕ ДИСКОНТЫ. ЗАЙМ. ЗАЙМ ОТ 0% ЗА 20 ДНЕЙ»*.

Исходя из содержания постановления прокуратуры, данная информация квалифицирована как реклама, распространенная с нарушением требований ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, что образует признаки состава административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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 неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Рассматриваемая информация распространялась на конструкции, расположенной на стеклах витрин ООО «Залог Успеха «Ломбард».

Таким образом, установлено, что способ распространения сведений является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», не следует рассматривать в качестве рекламы размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Таким образом, при квалификации информации в качестве рекламы в обязательном порядке подлежит оценки цель размещения спорной информации, результат ее воздействия на возможных потребителей, а также право

хозяйствующего субъекта на размещение такой информации на основании закона или обычаев делового оборота.

Так, указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, адреса и режима работы относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске Законом Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее — Закон о защите прав потребителей), следовательно, такая информация не может рассматриваться в качестве рекламы, независимо от манеры ее исполнения.

Указание в месте нахождения организации профиля ее деятельности (аптека, кондитерская, ресторан) может быть признано обычаем делового оборота, и на такую информацию нормы Закона о рекламе не распространяются.

Указание в месте нахождения предприятия коммерческого обозначения, в том числе не совпадающего с наименованием организации, также предназначено для идентификации объекта для потребителей и не является рекламой.

В рассматриваемом случае хозяйствующим субъектом указаны сведения о конкретной услуге – займе «от 0% за 20 дней» по тарифу «Ноль», а также размещены наиболее привлекательные для потребителя условия такой услуги.

При этом какая-либо информация о займах, предоставляемых на основании иных тарифов («Стандарт», «Социальный»), условия которых менее выгодны для потребителя, отсутствует. Данное обстоятельство не позволяет сделать вывод о том, что размещение информации было произведено субъектом с целью информирования о перечне предоставляемых услугах и их условиях.

Таким образом, целью размещения рассматриваемых сведений является привлечение неопределенного круга лиц к услуге «от 0% за 20 дней».

В пользу указанного вывода также свидетельствует способ размещения и манера подачи информации.

Так, размер процентной ставки 0%, как наиболее привлекательная для возможных потребителей часть сведений, изображен крупным шрифтом и занимает около половины площади конструкции. Информация размещена на стеклах витрины и направлена в сторону улицы, что делает ее заметной как для пешеходов, так и с проезжей части дороги.

Закон о защите прав потребителей, обычаи делового оборота не указывают на необходимость размещения на здании, занимаемом организацией, описания части условий об одной из предоставляемых услуг.

Размещение сведений с указанием конкретной услуги не свидетельствует о информационной направленности конструкции, способствуя лишь тому, что возможный потребитель, привлеченный такой информацией, захочет воспользоваться именно данной услугой.

Необходимо отметить, что спорная информация размещена таким образом, что доступна для восприятия исключительно лицам, находящимся вне объекта (ломбарда), доступна для всеобщего обозрения и направлена не на посетителей (потребителей услуг) ломбарда, а прохожих, пешеходов, участников дорожного движения.

Данная реклама, в том числе путем указания исключительно привлекательных сторон рекламируемой финансовой услуги, прямо направлена на привлечение неопределенного круга лиц, пускай и не собиравшихся посетить ООО «Залог Успеха «Ломбард»». При этом само по себе распространение спорной

информации законодателем не запрещено, однако, в силу части 3 статьи 28 Закона о рекламе, требует от рекламодателя добросовестно указывать ряд условий кредита или займа, а не только привлекать потенциальных потребителей сообщением о ставке 0%.

Исключая из сферы регулирования законодательства о рекламе вывески и иную необходимую для потребителя информацию, законодатель не допускает злоупотребления таким правом путем именно что завлечения потребителя в место оказания услуг, а не его информирование об этом месте.

Таким образом, рассматривая вопрос о возможности квалификации той или иной информации как не рекламной, необходимо дифференцировать информацию, направленную на клиентов Общества и посетителей объективно следующих в место его нахождения, от информации, направленной на иных лиц, изначально не ставивших своей целью посещение Общества.

При этом доводы защитника ООО «Залог Успеха «Ломбард» о том, что в месте предоставления финансовой услуги вся информация, в том числе о возможностях и условиях займа под 0%, доносилась до потребителей в полном объеме лишь подтверждает тот факт, что наружная реклама *«ЗАЛОГ УСПЕХА ЛОМБАРДЫ. ЮВЕЛИРНЫЕ ДИСКОНТЫ. ЗАЙМ. ЗАЙМ ОТ 0% ЗА 20 ДНЕЙ»* преследовала цели, указанные дефиниции определения «рекламы», а не какие-либо иные, связанные с информировании потребителей, которое итак осуществлялось в месте оказания услуги.

Таким образом, учитывая наличие объекта рекламирования (займ по тарифу «Ноль»), манеру и способ подачи информации (описание наиболее привлекательной части одной из услуг), доступность такой информации для широкого неопределенного круга лиц, должностное лицо приходит к выводу что рассматриваемая информация является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Исходя из содержания информации, расположенной на конструкции, объектом рекламирования является конкретная финансовая услуга, предоставляемая ООО «Залог Успеха «Ломбард», а именно тариф на пользование займом «Ноль».

В соответствии с частью 3 статьи 28 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 закон «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

В соответствии с пунктом 25 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе, 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.).

Текст рекламы содержал указание на возможность получения займа от 0% за 20 дней, при этом иные существенные условия представления займа отсутствуют.

В частности в рекламе отсутствовали сведения о сумме займа (не более 20000 рублей), о полных условиях и размере начисления % ставки, о порядке оценки залогового имущества (стоимость залога уменьшается на 20%)

Указание неполных сведений об условиях получения займа по тарифу «Ноль» может привести к искажению смысла и ввести в заблуждение потребителей рекламы.

Таким образом, установлено, что в спорной рекламе отсутствовала часть существенных условий, влияющих на стоимость займа, при указании одного из таких условий — процентной ставки.

На основании изложенного должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в рассматриваемой рекламе установлен факт нарушения части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 3 статьи 28 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Спорная реклама распространялась на конструкции, установленной на стеклах витрин, принадлежащих ООО «Залог Успеха «Ломбард», в интересах Общества.

Таким образом, ответственность за нарушение части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении рекламы несет ООО «Залог Успеха «Ломбард».

Местом совершения административного правонарушения является территория на которой расположены рекламные конструкции — г. Москва, ул. Толбухина, д. 7, корп. 1.

Время совершения административного правонарушения (день выявления административного правонарушения) — 13.12.2016.

На рассмотрении дела защитниками ООО «Залог Успеха «Ломбард» представлены письменные пояснения, о том, что информация о всех существенных условиях получения рекламируемой услуги указана внутри помещения ООО «Залог Успеха «Ломбард».

Таким образом, по мнению защитников ООО «Залог Успеха «Ломбард», если бы клиент захотел воспользоваться данным предложением, то всю подробную информацию он получил бы внутри офиса.

Между тем, диспозиция части 3 статьи 28 Закона о рекламе прямо обязывает указывать все условия, определяющие стоимость займа, именно в тексте самой рекламы. Указание такой информации в иных местах не свидетельствует о соблюдении части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Также защитники ООО «Залог Успеха «Ломбард» отмечают, что разместив рекламу ООО «Залог Успеха «Ломбард» не вводит потребителей в заблуждение, так как в действительности предоставляет на 20 дней займы под 0%.

Должностное лицо административного органа отклоняет данные доводы, в связи с тем, что на основании упомянутого выше пункта 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами

Федерального закона «О рекламе», оценка рассматриваемой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. Следовательно, изложенная в рекламе информация должна быть общедоступной, понятной для широкого круга лиц и не требующей специальных знаний и определенного опыта для ее верного и целостного восприятия.

Как было установлено выше, в спорной рекламе в рекламе фактически отсутствовала какая-либо иная информация о займе, кроме процентной ставки 0% за 20 дней. Поскольку распространенная реклама финансовой услуги направлена на формирование у потребителей желания ей воспользоваться, отсутствие существенных условий может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

При этом, состав вменяемого правонарушения фактически корреспондирует к части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в силу которой 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.

В соответствии с частью 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 соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Виновные действия ООО «Залог Успеха «Ломбард» состоят в распространении рекламы: *«ЗАЛОГ УСПЕХА ЛОМБАРДЫ. ЮВЕЛИРНЫЕ ДИСКОНТЫ. ЗАЙМ. ЗАЙМ ОТ 0% ЗА 20 ДНЕЙ»*, с нарушением требований части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Доказательств, свидетельствующих о принятии ООО «Залог Успеха «Ломбард» каких-либо мер по соблюдению законодательства Российской Федерации в сфере рекламы в данной части, не представлено.

Вина ООО «Залог Успеха «Ломбард» в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, доказана.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ, при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Согласно пункту 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ, к обстоятельствам, смягчающим административную ответственность относится добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом,

осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

Как установлено в рамках рассмотрения дела, 15.12.2016 ООО «Залог Успеха «Ломбард» представлена информация об исполнении представления об устранении нарушений законодательства о рекламе .

Таким образом, установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность ООО «Залог Успеха «Ломбард».

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств отягчающих административную ответственность ООО «Залог Успеха «Ломбард».

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 100 000 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

#### **ПОСТАНОВИЛ:**

1.Признать ООО «Залог Успеха «Ломбард» (место нахождения: г. Москва, ул. Минская, д. 1Г, корп. 1, пом. XVI, комн. 1-38; ОГРН 1097746431991 ИНН 7733706230 КПП 772901001), виновным в совершении правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2.Назначить ООО «Залог Успеха «Ломбард» (место нахождения: г. Москва, ул. Минская, д. 1Г, корп. 1, пом. XVI, комн. 1-38; ОГРН 1097746431991 ИНН 7733706230 КПП 772901001), наказание в виде административного штрафа в размере — **100 000 (ста тысяч) рублей.**

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти 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 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ООО «Залог Успеха «Ломбард» , перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель:	ИНН/КПП: 7706096339 / 770101001 УФК по г. Москве (для Московского УФАС России, л/с 04731324890)
Банк получателя:	Отделение 1 Москва р/с 40101810800000010041 БИК 044583001 ОКТМО 45375000 КБК 161 1 16 26000 016000140
Назначение платежа:	Административный штраф, зачисляемый в федеральный бюджет по делу № 4-14.3-102/77-17

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двухкратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

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 арбитражном суде** в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 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.

Приложение: квитанция на 1 листе.

Заместитель руководителя

<...>