

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 33р-17/81-04-16р

об административном правонарушении

«26» июля 2017 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 33р-17/81-04-16р от 19.04.2017, составленный <...> – начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>.) зарегистрирован – г. Киров, ул <...>; место работы – индивидуальный предприниматель, ИНН <...>, ОГРНИП <...>, расчетный счет – <...> в филиале «Кировский» ОАО «<...>» г. Киров; семейное положение – сведения не представлены; наличие лиц, находящихся на иждивении – сведения не представлены; средний доход – сведения не представлены; документ, удостоверяющий личность – сведения не представлены, в связи с нарушением ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»),

### УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 81/04-16р (резолютивная часть решения оглашена 15 декабря 2016 года; в полном объеме решение изготовлено 22 декабря 2016 года) признана ненадлежащей реклама: «Займы под залог золота станут на 10 процентов выгоднее! «Ломбард «<...>» поднял оценочную стоимость ювелирных украшений <...> Обращайтесь в «Ломбард <...>!» Теперь сумма займов под залог золота станет на 10 процентов больше. Условия просты. Вы должны быть старше 18 лет, иметь паспорт и ценную вещь для залога. Оформляете залоговый билет и получаете деньги – дело 10 минут! Выкупить вещь, заплатив лишь проценты, можно в любое удобное для вас время. Никаких штрафов и пеней в случае неуплаты – обеспечивает кредит залог. Срок предоставления займа – от 1 до 30 дней. Фото предоставлено рекламодателем ООО «Ломбард <...>» <...> Адреса: <...>», размещенная в рекламном-информационном издании газете «<...>» № 35 (156) от 26 августа 2016 года, поскольку в рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, а также умалчивается информация об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, что нарушает требования ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе, в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» сотрудниками Кировского УФАС России было установлено, что в рекламном-информационном издании газете «<...>» № 35 (156) от 26 августа 2016

года размещена рекламная статья следующего содержания: «Займы под залог золота станут на 10 процентов выгоднее! «Ломбард <...>» поднял оценочную стоимость ювелирных украшений <...> Обращайтесь в «Ломбард <...>»! Теперь сумма займов под залог золота станет на 10 процентов больше. Условия просты. Вы должны быть старше 18 лет, иметь паспорт и ценную вещь для залога. Оформляете залоговый билет и получаете деньги – дело 10 минут! Выкупить вещь, заплатив лишь проценты, можно в любое удобное для вас время. Никаких штрафов и пеней в случае неуплаты – обеспечивает кредит залог. Срок предоставления займа – от 1 до 30 дней. Фото предоставлено рекламодателем ООО «Ломбард <...>» <...> Адреса: <...>», которая содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 3 Федерального закона «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, размещенная в рекламно-информационном издании газете «<...>» № 35 (156) от 26 августа 2016 года следующего содержания: «Займы под залог золота станут на 10 процентов выгоднее! «Ломбард <...>» поднял оценочную стоимость ювелирных украшений <...> Обращайтесь в «Ломбард <...>»! Теперь сумма займов под залог золота станет на 10 процентов больше. Условия просты. Вы должны быть старше 18 лет, иметь паспорт и ценную вещь для залога. Оформляете залоговый билет и получаете деньги – дело 10 минут! Выкупить вещь, заплатив лишь проценты, можно в любое удобное для вас время. Никаких штрафов и пеней в случае неуплаты – обеспечивает кредит залог. Срок предоставления займа – от 1 до 30 дней. Фото предоставлено рекламодателем ООО «Ломбард <...><...>», адресована неопределенному кругу лиц, так как данная городская газета распространяется по почтовым ящикам жителей города Кирова и ближайшего пригорода, т.е. доступна для всех без исключения категорий населения, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (Ломбарду <...>, и оказываемым им финансовым услугам), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам (предоставление займов) и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

При рассмотрении дела установлено, что финансовую услугу - «займ» под залог имущества предоставляет ООО «Ломбард <...>», что подтверждается копиями залоговых билетов, представленными в материалы дела.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона № 135-ФЗ от 26.07.2006 «О защите конкуренции» (далее ФЗ «О защите конкуренции») к финансовым организациям относятся хозяйствующие субъекты, оказывающие финансовые услуги.

Хозяйствующий субъект - коммерческая организация, некоммерческая

организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход.

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.

Кировское УФАС России делает вывод о том, что спорная реклама может быть расценена как реклама финансовой услуги, поскольку в ней предлагаются услуги по выдаче займа, что связано с привлечением денежных средств физических лиц.

Согласно ч. 7 ст. 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В рекламе указано: «Обращайтесь в «Ломбард <...>»! Теперь сумма займов под залог золота станет на 10 процентов больше», однако в рекламе информация о процентной ставке отсутствует, то есть отсутствует существенная информация, которая может ввести потребителей в заблуждение относительно условий предоставления займов.

Поскольку в рекламе указывается финансовая услуга – «займ», которая направлена на формирование у потребителей желания ей воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя (увеличение суммы займов на 10 % больше), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой, в том числе: процентная ставка по займу, срок, сумма и другие.

Согласно п. 2 ч. 2 ст. 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 ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием 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 от 21.12.2013 N 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» для заемщика и влияющие на нее.

Между тем распространенная реклама по предоставлению займов содержит только часть условий, а именно: срок предоставления займа – от 1 до 30 дней, в то же время, отсутствует информация о процентной ставке. Данные условия влияют на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

С учетом вышеизложенного, реклама, размещенная в рекламно-информационном издании газете «<...>» № 35 (156) от 26 августа 2016 года следующего содержания: «Займы под залог золота станут на 10 процентов выгоднее! «Ломбард <...>» поднял

оценочную стоимость ювелирных украшений <...> Обратитесь в «Ломбард <...>»! Теперь сумма займов под залог золота станет на 10 процентов больше. Условия просты. Вы должны быть старше 18 лет, иметь паспорт и ценную вещь для залога. Оформляете залоговый билет и получаете деньги – дело 10 минут! Выкупить вещь, заплатив лишь проценты, можно в любое удобное для вас время. Никаких штрафов и пеней в случае неуплаты – обеспечивает кредит залог. Срок предоставления займа – от 1 до 30 дней. Фото предоставлено рекламодателем ООО «Ломбард <...>» <...> Адреса<...>» не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: договора № 188 от 01.05.2016 года на выполнение работ по производству и размещению рекламы, заключенного между ИП <...>. (заказчик) и ИП <...>. (газета <...>) (исполнитель, изготовитель), акта выполненных работ на изготовление и распространение рекламного материала № 2106 от 26.08.2016 года, счета на оплату, выставленного ИП <...>., согласованного макета, который подписан ИП <...>., а также письменных объяснений от директора ООО «Ломбард <...>» от 14.12.2016 года и письменных объяснений ИП <...>. от 14.12.2016 года, следует, что заказчиком и рекламодателем данной рекламы является ИП <...>, определивший объект рекламирования и осуществивший заказ рекламы.

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 81/04-16р.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 26.08.2016 (последняя дата выхода СМИ «<...>» со спорной рекламой).

Ответственность за вышеуказанное нарушение законодательства РФ о рекламе предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ. В соответствии данной нормой 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.

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях ИП <...>., выразившийся в определении содержания рекламного модуля: «Займы под залог золота станут на 10 процентов выгоднее! «Ломбард <...>» поднял оценочную стоимость ювелирных украшений <...> Обратитесь в

«Ломбард <...>!» Теперь сумма займов под залог золота станет на 10 процентов больше. Условия просты. Вы должны быть старше 18 лет, иметь паспорт и ценную вещь для залога. Оформляете залоговый билет и получаете деньги – дело 10 минут! Выкупить вещь, заплатив лишь проценты, можно в любое удобное для вас время. Никаких штрафов и пеней в случае неуплаты – обеспечивает кредит залог. Срок предоставления займа – от 1 до 30 дней. Фото предоставлено рекламодателем ООО «Ломбард <...>».<...>».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия ИП <...> по определению содержания рекламы: «Займы под залог золота станут на 10 процентов выгоднее! «Ломбард «<...>» поднял оценочную стоимость ювелирных украшений <...> Обращайтесь в «Ломбард <...><...>Теперь сумма займов под залог золота станет на 10 процентов больше. Условия просты. Вы должны быть старше 18 лет, иметь паспорт и ценную вещь для залога. Оформляете залоговый билет и получаете деньги – дело 10 минут! Выкупить вещь, заплатив лишь проценты, можно в любое удобное для вас время. Никаких штрафов и пеней в случае неуплаты – обеспечивает кредит залог. Срок предоставления займа – от 1 до 30 дней. Фото предоставлено рекламодателем ООО «Ломбард <...>».<...>», не соответствующей ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное. Таким образом, ИП <...> несет административную ответственность, как должностное лицо в случае совершения административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

В силу части 2 ст. 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.

Субъективная сторона административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку ИП <...> не предвидел возможности наступления вредных последствий, хотя должен был и мог их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение совершено по вине ИП <...> в форме неосторожности.

Место и время совершения административного правонарушения: место размещения рекламы следующего содержания: «Займы под залог золота станут на 10 процентов выгоднее! «Ломбард «<...>» поднял оценочную стоимость

ювелирных украшений <...> Обращайтесь в «Ломбард <...>»! Теперь сумма займов под залог золота станет на 10 процентов больше. Условия просты. Вы должны быть старше 18 лет, иметь паспорт и ценную вещь для залога. Оформляете залоговый билет и получаете деньги – дело 10 минут! Выкупить вещь, заплатив лишь проценты, можно в любое удобное для вас время. Никаких штрафов и пеней в случае неуплаты – обеспечивает кредит залог. Срок предоставления займа – от 1 до 30 дней. Фото предоставлено рекламодателем ООО «Ломбард <...>» <...> Адреса: <...> в рекламно-информационном издании газете «<...>» № 35 (156) (адрес редакции СМИ: <...>); время: 26.08.2016.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 33р-17/81-04-16р от 19.04.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 81/04-16р.

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 Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Таким образом, совершенные ИП <...> действия по определению содержания спорного рекламного модуля, не соответствующего ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Протокол рассмотрен в отсутствие ИП <...>, который считается уведомленным надлежащим образом о дате, месте и времени рассмотрения протокола (возвратный конверт вернулся 03.07.2017). <...> представителя не направил, ходатайств не заявлял.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которое выразилось в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения индивидуального предпринимателя <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют. В данном случае несоответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей на получение достоверной информации о рекламируемых финансовых услугах, что представляет собой существенную угрозу охраняемым правом общественным интересам.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установлено оказание лицом содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении в выявлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам 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 части 1, 2 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.

Поскольку согласно информации на сайте <https://rmsp.nalog.ru/> ИП <...> включен в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст.14.3 КоАП РФ, совершено индивидуальным предпринимателем впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к индивидуальному предпринимателю меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь статьями 3, ст.5, ст. 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Признать Индивидуального предпринимателя <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к Индивидуальному предпринимателю <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) меру ответственности в виде предупреждения.

*В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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.*

Руководитель управления

<...>

<...>