

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

по делу № 128-14.3ч.1/17 об административном правонарушении

13 декабря 2017 года г. Челябинск

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области, <...>, рассмотрев материалы административного дела № 128-14.3ч.1/2017, возбужденного в отношении <...> общества с ограниченной ответственностью «Ломбард Виктори» (далее – ООО «Ломбард Виктори») <...>

(далее – <...>), по факту размещения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на общедоступном сайте www.lvictori.ru рекламы со сведениями: «ломбард Виктори – пожалуй, лучший ломбард в Челябинске! займ под залог имущества... 0,3 % в день под авто и недвижимость ... Работаем с 09:00 до 20:00» с нарушением требований пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

в присутствии <...> ООО «Ломбард Виктори» <...>, извещенной о месте и времени рассмотрения дела № 128-14.3ч.1/17 об административном правонарушении и заявившей ходатайство о рассмотрении дела в день составления протокола, а именно 13.12.2017,

в присутствии специалиста-эксперта отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России <...>,

исследовав материалы дела,

### УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России обратилось физическое лицо, Отделение по Челябинской области Уральского главного управления Центрального банка Российской Федерации и Управление Службы по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг в Уральском федеральном округе с заявлением по факту размещения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на общедоступном сайте www.lvictori.ru рекламы со сведениями: «ломбард Виктори – пожалуй, лучший ломбард в Челябинске! займ под залог имущества... 0,3 % в день под авто и недвижимость ... Работаем с 09:00 до 20:00», указанный факт распространения зафиксирован специалистами Челябинского УФАС России актом осмотра № 06-2017 от 17.01.2017.

По сведениям, размещенным на официальном сайте АНО «Координационный центр национального домена сети Интернет» www.cctld.ru, регистратором доменного имени lvictori.ru является АО «Регистратор Р01».

На запрос Челябинского УФАС России АО «Регистратор Р01» представило письменные пояснения, согласно которым администратором домена lvictori.ru является <...>.

Отделением по Челябинской области Уральского главного управления Центрального банка Российской Федерации вместе с заявлением представлен договор аренды сайта от 01.01.2016 года, заключенный между ИП <...> (Арендодатель) и ООО «Ломбард Виктори» (Арендатор), согласно которому, арендодатель сдает в аренду сайт, находящийся по адресу www.lvictori.ru для использования в целях осуществления своих уставных задач.

Также заявителем указано, что по адресу: г. Челябинск, пр. Победы, д. 292А распространяется реклама ООО «Ломбард Виктори» в которой присутствуют сведения: «Займы под залог авто и недвижимости...».

Специалистами Челябинского УФАС России осуществлен выезд по адресу: г. Челябинск, пр. Победы, д. 292А и произведен осмотр рекламной конструкции, расположенной по указанному адресу.

На рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Челябинск, пр. Победы, д. 292А содержится информация следующего содержания: «\*\*\*-\*\*-25 Ломбард Виктори пр. Победы, 292 Займы под залог авто и недвижимости Ювелирные изделия и бытовая техника 50 м Низкий процент Скидки постоянным клиентам», о чем составлен акт осмотра № 116-2017 от 30 августа 2017 года.

ООО «Ломбард Виктори» представлены письменные пояснения из которых следует, что Общество не нарушало требования законодательства Российской Федерации о рекламе, поскольку ООО «Ломбард Виктори» не заключает договоры займа под залог недвижимого имущества. Данные договоры заключает учредитель Общества <...> как физическое лицо. <...> состоит в трудовых отношениях с ООО «Ломбард Виктори», занимая должность заместителя директора.

Информация о том, что Ломбард принимает в качестве залога, в том числе недвижимое имущество, на сайте не размещается.

В рекламе Общества содержится фраза «пожалуй, самый лучший», что свидетельствует о некатегоричности утверждения, а предположительности, с долей сомнения.

Относительно указания на рекламной конструкции, размещенной по адресу: г. Челябинск, пр. Победы, д. 292А, информации о предоставлении займов Ломбардом под залог недвижимого имущества, Общество поясняет следующее. Рекламная конструкция изготовлена в первоначальном виде с надписью: «займы под залог авто и недвижимости». Однако, в данном виде она не устанавливалась. Строка с надписью: «займы под залог авто и недвижимости» до установки конструкции по

месту размещения была заклеена лентой, на которой размещена информация: «займы под залог авто и спецтехники».

На заседании Комиссии представитель Общества пояснил, что наполнение Интернет-ресурса [www.victori.ru](http://www.victori.ru) осуществлял ИП <...> на основании договора № 13 об оказании услуг поискового продвижения сайта от 01 января 2016 года, заключенного между ИП <...> и ООО «Ломбард Виктори».

По мнению ООО «Ломбард Виктори» ответственность за нарушение пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» должен нести ИП <...>, а не Общество.

1. В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» 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.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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.

Антимонопольным органом в письме от 28.08.2015 № АК/45828/15 отражена позиция относительно рекламы в сети «Интернет», в отдельных случаях, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителя об ассортименте товаров или деятельности компании, сколько на привлечение внимания к конкретному товару и его выделение среди однородных товаров (например, всплывающий баннер), такая информация может быть признана рекламой.

Поскольку на Интернет-ресурсе [www.victori.ru](http://www.victori.ru) присутствует всплывающий баннер со сведениями: «ломбард Виктори – пожалуй, лучший ломбард в Челябинске!», данная информация является рекламной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга посетителей общедоступной сети «Интернет» и критерий, по которому осуществляется сравнение, не имеет объективного подтверждения, такая реклама не соответствует требованию пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Довод ООО «Ломбард Виктори» о том, что в рекламе Общества содержится фраза «пожалуй, самый лучший», что свидетельствует о некатегоричности утверждения, а предположительности, с долей сомнения Комиссией не принят во внимание ввиду следующего.

Согласно данным свободной энциклопедии «Викисловарь» слово «пожалуй» выражает допущение определённой возможности, склонность согласиться.

Несмотря на то, что в рекламе присутствует слово «пожалуй» сведения: «ломбард Виктори – пожалуй, лучший ломбард в Челябинске!» выражают согласие с тем, что ООО «Ломбард Виктори» лучший ломбард в Челябинске.

Таким образом, критерий, по которому осуществляется сравнение, не имеет объективного подтверждения, такая реклама не соответствует пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

По изложенным основаниям, Комиссия критически относится к доводу ООО «Ломбард Виктори» о том, что в рекламе Общества содержится некатегоричное утверждение в отношении предоставляемых услуг.

2. Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках услуги, в том числе о ее 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.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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.

Закон о ломбардах регулирует отношения, возникающие при осуществлении ломбардами кредитования граждан под залог принадлежащих гражданам вещей и деятельности по хранению вещей (часть 1 статьи 1).

В соответствии с частью 1 статьи 2 Закона о ломбардах ломбардом является юридическое лицо – специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

Часть 3 статьи 2 Закона о ломбардах устанавливает, что ломбард вправе ежедневно с 8 до 20 часов по местному времени принимать в залог и на хранение движимые вещи (движимое имущество), принадлежащие заемщику или поклажедателю и предназначенные для личного потребления, за исключением вещей, изъятых из оборота, а также вещей, на оборот которых законодательством Российской Федерации установлены соответствующие ограничения.

Из анализа информации, присутствующей на сайте [www.victori.ru](http://www.victori.ru) и на рекламной конструкции, расположенной по адресу г. Челябинск, пр. Победы, д. 292А, следует, что ООО «Ломбард Виктори» выдает займы, в том числе под залог недвижимости. Однако с учетом приведенных норм ООО «Ломбард Виктори» не вправе принимать в залог недвижимое имущество, в связи с чем, размещение такой рекламной информации не соответствует требованиям пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку реклама со сведениями: «займы под залог недвижимости» не соответствует действительности в части возможности оказания Обществом услуги по предоставлению займов под залог недвижимого имущества, то есть природе предоставляемой услуги.

Довод ООО «Ломбард Виктори» о том, что ответственность за размещение на Интернет-ресурсе [www.victori.ru](http://www.victori.ru) информации: «ломбард Виктори – пожалуй, лучший ломбард в Челябинске! займ под залог имущества... 0,3 % в день под авто и недвижимость...» несет ИП <...> на основании договора № 13 об оказании услуг поискового продвижения сайта от 01 января 2016 года не принят во внимание Комиссией ввиду следующего.

Из анализа указанного договора следует, что предметом договора является оказание услуг Исполнителем (в данном случае ИП <...>) по поисковому продвижению и поддержке результатов продвижения сайта Заказчика (в данном случае ООО «Ломбард Виктори») в объемах и сроках, указанных в договоре. Заказчик поручает, а Исполнитель обязуется выполнить поисковое продвижение и поддержку результатов продвижения страниц веб-сайта: lictori.ru по региону «Челябинск» в поисковой системе Яндекс (www.yandex.ru). Основным обязательством Исполнителя по данному договору является получение результата, в котором страницы сайта lictori.ru будут находиться на первой странице результатов выдачи поисковой системы Яндекс не менее, чем по 80% ключевых словосочетаний по окончании срока продвижения сайта. Положений о том, что ИП <...> осуществляет администрирование, наполнение и редактирование Интернет-ресурса www.lictori.ru данный договор не содержит.

Каких-либо документов, указывающих на администрирование, наполнение и редактирование Интернет-ресурса www.lictori.ru иными лицами, ООО «Ломбард Виктори» не представлено.

В соответствии с пунктом 2.1.5. договора аренды сайта от 01.01.2016 года Арендатор (в данном случае ООО «Ломбард Виктори») обязуется не размещать на арендованном сайте информацию, противоречащую действующему законодательству Российской Федерации.

Из содержания рекламы следует, что данная реклама размещена в интересах ООО «Ломбард Виктори».

Таким образом, довод ООО «Ломбард Виктори» о том, что оно не является рекламодателем, не осуществляет администрирование, наполнение и редактирование Интернет-ресурса www.lictori.ru и не может нести ответственность за нарушение Федерального закона «О рекламе» не принят во внимание Комиссией.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

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

Рекламодателем является ООО «Ломбард Виктори» в интересах которого размещена реклама на Интернет-ресурсе www.lictori.ru и на рекламной конструкции, расположенной по адресу г. Челябинск, пр. Победы, д. 292А.

Таким образом, ответственность за нарушение требований пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет ООО «Ломбард Виктори».

От ООО «Ломбард Виктори» поступили письменные сведения о должностном лице, ответственном за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе: <...> ООО «Ломбард Виктори» <...>.

Распространение ненадлежащей рекламы также установлено решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 13 октября 2017 года.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-5 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; должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от ста до пятисот тысяч рублей.

Статья 1.5. КоАП РФ устанавливает, что лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно части 3 статьи 2.1 КоАП РФ назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

Материалами дела установлено, что <...> в отсутствие объективно непреодолимых препятствий, имела реальную возможность не распространять в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на общедоступном сайте www.lictori.ru рекламу со сведениями: «ломбард Виктори – пожалуй, лучший ломбард в Челябинске! займ под залог имущества... 0,3 % в день под авто и недвижимость ... Работаем с 09:00 до 20:00» с нарушением требований пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», однако ей не были приняты соответствующие меры, что доказывает факт наличия у <...> вины в совершении вменяемого ей нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вина <...> выразилась в ненадлежащем исполнении обязанности по соблюдению требований рекламного законодательства при распространении в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на общедоступном сайте lictori.ru рекламы со сведениями: «ломбард Виктори – пожалуй, лучший ломбард в Челябинске! займ под залог имущества... 0,3 % в день под авто и недвижимость... Работаем с 09:00 до 20:00», в результате чего были нарушены требования пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Срок давности привлечения к административной ответственности за административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, составляет один год со дня совершения административного правонарушения (часть 1 статьи 4.5 КоАП РФ).

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 5 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рассматривая дела о привлечении лиц к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе, суды должны учитывать, что срок давности привлечения к административной ответственности начинается течь с момента совершения такого правонарушения, а не с момента принятия антимонопольным органом решения о нарушении законодательства о рекламе.

17 января 2017 года специалистами Челябинского УФАС России зафиксировано распространение ненадлежащей рекламы, о чем составлен Акт осмотра № 06-2017 от 17.01.2017 года.

Таким образом, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ годичный срок давности для привлечения <...> к административной ответственности в связи с распространением рассматриваемой рекламы истекает 17 января 2018 года в

связи с чем привлечение <...> к административной ответственности осуществляется в пределах срока давности.

Наличие обстоятельств, объективно препятствующих <...> надлежащему соблюдению требований пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», Челябинским УФАС России не выявлено.

У <...> отсутствовали препятствия и имелась возможность для соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно – для соблюдения требований пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Однако <...> не приняла необходимых и достаточных мер по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе.

При таких обстоятельствах <...> признается виновной в совершении административного правонарушения по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Обстоятельств, исключающих вину <...> в совершении данного административного правонарушения, а также обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении при совершении данного административного правонарушения, не установлено.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что 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.

В соответствии со статьей 2 указанного закона данные изменения вступают в силу со дня официального опубликования (опубликовано на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 04.07.2016).

Согласно выписке из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ООО «Ломбард Виктори» является субъектом малого предпринимательства (микропредприятие).

В силу части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

<...> впервые совершила нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом изложенного, при наличии обстоятельств, установленных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса административное наказание <...> в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях подлежит замене на предупреждение.

С учетом положений ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, закрепившей цели административного наказания, предупреждение является официальным предостережением юридического лица от возможности совершения им противоправного действия.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание.

Руководствуясь статьями 4.1.1., 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Признать <...> общества с ограниченной ответственностью «Ломбард Виктори» <...> виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. В соответствии со статьей 4.1.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях объявить <...> официальное порицание в форме предупреждения за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

- 3 статьи 30.1. и частью 1 статьи 30.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд общей юрисдикции в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1. Кодекса Российской Федерации 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.