РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 14.11.2012 г.
Дата изготовления решения: 21.11.2012 г. г. Кострома

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
Председатель Комиссии — Ревельцев О.В., руководитель управления,
члены Комиссии: Дмитриева Т.А. – начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы, Баданова И.Н.- главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,
рассмотрев материалы дела № ВД 07-87/1088, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Кострома Бизнес Медиа» (ОГРН 1074401001091, ИНН 4401072049, юр. адр.: Костромская область, г. Кострома, ул. Советская, д.120, факт. адр.: Костромская область, г. Кострома, ул. Ленина, 5-а) (далее - Общество), о нарушении требований, установленных ч. 7 ст. 24, ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),
в присутствии генерального директора ООО «Кострома Бизнес Медиа» <…> (протокол от 16.03.2011 г. №3 учредительного собрания участников ООО «Кострома Бизнес Медиа»), в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе,

УСТАНОВИЛА:

На основании приказа Костромского УФАС России от 01.10.2012 г. №106 «О проведении контрольного мероприятия» в период с 08.10.2012 г. по 15.10.2012 г. проведено плановое контрольное мероприятие по проверке соблюдения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе) ООО «Кострома Бизнес Медиа».
В ходе проведения проверки: установлено, что ООО «Кострома Бизнес Медиа»:
2. является хозяйственным Обществом;
3. целью деятельности Общества является извлечение прибыли;
4. Общество осуществляет, в том числе, рекламную, издательскую деятельность;
5. Общество не является учредителем средства массовой информации – «Костромской Бизнес-журнал»;
6. Учредителем средства массовой информации «Костромской Бизнес-журнал» является Мендрелюк Дмитрий Евгеньевич (117335, г. Москва, ул. Вавилова, д. 97, кв. 120);
7. Редакция СМИ «Костромской Бизнес-журнал» (далее – Журнал) является структурным подразделением ООО «Кострома Бизнес Медиа». ООО «Кострома Бизнес Медиа» выступает от имени Редакции Журнала как юридическое лицо.
8. Издателем СМИ «Костромской Бизнес-журнал» является ООО «Кострома Бизнес Медиа».
При проведении анализа текстового содержания представленных экземпляров Журнала (рекламных статей, модулей) на предмет соответствия требованиям,

установленным законодательством Российской Федерации о рекламе Инспекция Костромского УФАС России выявила следующее:

На странице №LIV «Точка Роста 2012» Журнала №12 (67) 2011 на правах рекламы размещена статья площадью 411,4 см.2 под названием «Елизавета Аханова: «Главное в бизнесе – вера в себя и в то, что ты делаешь», содержащая, в том числе, следующую информацию: «Медицинский центр «Берегиня» открыл свои двери для костромичей почти год назад. …. Мы стараемся искать причину заболевания, ибо это является отправной точкой лечебного процесса. Работа высококлассный специалистов, применение старинных методик, таких как лечение пиявками, пчелками, в сочетание с классическими методами, дают результат, который ждет и врач и пациент. … На каких принципах разработана программа коррекции веса? На принципах нормализации обменных процессов и улучшения работы внутренних органов. Как правило, именно нарушение обмена веществ и есть первопричина практически всех заболеваний. Мы не предлагаем диет, а корректируем питание, назначаем бережные для организма процедуры по очищению и восстановлению функций органов и систем. Налаживается их работа, и организм самостоятельно старается избавиться от лишнего. Мы худеем, а вместе с тем уходят наши с вами заболевания. В программу включены два важных анализа. Первый по капле живой крови помогает получить четкое представление о том, что происходит в организме человека, выявить первопричины уже имеющихся заболеваний и предрасположенность к новым, обнаружить их на самом раннем этапе. Другой – с помощью современного оборудования определяет состав вашего тела: сколько у вас жировой, мышечной ткани, воды, каков ваш обмен веществ, как усваиваются белки, жиры, углеводы, микроэлементы. Это делается для того, чтобы правильно подобрать процедуры и питание, которые нужны конкретному пациенту. Но самое главное – это обследование позволяет строго контролировать процесс нормализации веса. Чтобы лечить такими методами, нужно для начала уметь это делать, не так ли? Любое лечение имеет как показания, так и противопоказания. И определить это может только врач. … г. Кострома, ул. Симановского, 73, тел. (4942) 47-09-52, п. Красное-на-Волге, ул. Ленина, 37, тел. (49432) 2-75-90 * имеются противопоказания. Требуется консультация врача. Лиц. ЛО-44-01-000354, ЛО-44-01-000-382 от 18.10.2011 г., Лиц. ЛО -44-01-000194 от 13.11.2009 г.»
В соответствии со ст. 3 Закона о рекламе данная статья является рекламой, т.к. распространена в СМИ – Журнал, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимание к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.
В данной рекламной статье рекламируются медицинские услуги (лечение пиявками, пчелами, по коррекции веса), средство индивидуализации товаров (работ, услуг), изготовителя – коммерческое обозначение.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Медицинский центр «Берегиня».
Положения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе устанавливают, что реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино и

видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.
Положения ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе устанавливают, что специальные требования и ограничения, установленные Законом о рекламе в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого Законом о рекламе установлены специальные требования и ограничения.
Пункт 3 ст. 3 Закона о рекламе устанавливает, что под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.
Согласно п. 16 ч. 1 ст. 1225 ГК РФ к средствам индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг, в том числе, относится коммерческое обозначение (п. 1 ст. 1538 ГК РФ).
Таким образом, фирменным наименованием рекламодателя рассматриваемой рекламы является - ООО «Медицинский центр «Берегиня».
Общая площадь предупреждения о наличии противопоказаний в рассматриваемой статье составляет 1,4 см.2, что составляет 0.34% от общей площади рекламной статьи.
Таким образом, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, т.к. рекламная статья сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний по применению медицинских услуг, необходимости получения консультации специалистов площадью менее 5% рекламной площади.
В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламораспространитель - издатель Журнала – ООО «Кострома Бизнес Медиа» несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

На странице №V Журнала №2 (69) 2012, на странице №XXIX Журнала №5 (72) 2012 на правах рекламы размещена рекламная информация – рекламный модуль (1/2 полосы) текстово-графического содержания: «РосЕвроБанк: кредиты для бизнеса * Программа «Кредиты для бизнеса предназначена для юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, имеющих опыт ведения бизнеса не менее 12 месяцев в сфере производства, торговли, услуг. * Кредитные продукты: кредит, кредитная линия, инвестиционный кредит, банковская гарантия, аккредитив, лизинг * Сумма кредита * Минимальная сумма кредита – 500 000 рублей. Максимальная сумма кредита зависит от кредитоспособности предприятия. Возможен эквивалент суммы кредита в долларах США или евро. * Срок кредитования до 2 лет – если кредит предоставлен на пополнение оборотных средств, до 7 лет – если кредит предоставлен на приобретение оборудования, недвижимости, строительства. * Сроки рассмотрения заявок. Полный пакет документов рассматривается не более 5 рабочих дней. * РосЕвроБанк * www.rosevrobank.ru * Центральный офис: 119991, г. Москва, ул. Вавилова, д. 24, тел.

(495) 777-1111, Кредитно-кассовый офис «Кострома»: 156000, г. Кострома, ул. Советская, д. 47, оф. 1, тел.: (4942) 48-1010, 48-1001, Кредитно-кассовый офис «Ярославль»: 150000, г. Ярославль, ул. Свободы, д. ½, оф. 43, тел.: (4852)31-4158, 31-4198».

В соответствии со ст. 3 Закона о рекламе данная статья является рекламой, т.к. распространена в СМИ – Журнал, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимание к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является АКБ «РОСЕВРОБАНК» (ОАО) (119991, г. Москва, ул. Вавилова, 24).

Из текста данной рекламы следует, что:

кредитная организация под коммерческим обозначением «РосЕвроБанк» оказывает услуги, связанные с предоставлением кредитов для юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, имеющих опыт ведения бизнеса не менее 12 месяцев в сфере производства, торговли, услуг, минимальная сумма по которым может составить 500 000 рублей, максимальная сумма кредита зависит от кредитоспособности предприятия, максимальный срок кредитования на пополнение оборотных средств - 2 года, максимальный срок кредитования на приобретение оборудования, недвижимости, строительства – 7 лет;

организационно-правовая форма кредитной организации «РосЕвроБанк» (Открытое акционерное общество - ОАО) не указана.

Согласно п. 6 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» АКБ «РОСЕВРОБАНК» (ОАО) является финансовой организацией.

Следовательно, реклама указанной деятельности должна соответствовать как общим требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 Закона о рекламе, устанавливающей специальные требования к рекламе финансовых услуг.

В соответствии с ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридических лиц — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя, отчество).

Пункт 1 ст. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации гласит, что организационно-правовая форма юридического лица является неотъемлемой частью его наименования.

Согласно ст. 7 Федерального закона от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Кредитная организация вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Фирменное наименование кредитной организации на русском языке и языках народов Российской Федерации может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции или в транскрипциях языков народов Российской Федерации, за исключением терминов и аббревиатур, отражающих организационно-правовую форму кредитной организации.

Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов «банк» или «небанковская кредитная организация».

Иные требования к фирменному наименованию кредитной организации устанавливаются Гражданским кодексом Российской Федерации.

В соответствии с ч. 4 ст. 54 ГК РФ Юридическое лицо, являющееся коммерческой

организацией, должно иметь фирменное наименование. Требования к фирменному наименованию устанавливаются ГК РФ и другими законами. Права на фирменное наименование определяются в соответствии с правилами раздела VII ГК РФ.
Части 1, 2, 3 ст. 1473 ГК гласят:
Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.
Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.
Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Юридическое лицо вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.
Рассматриваемая реклама содержит только часть условий ее оказания (минимальная сумма кредита – от 500 000 руб., максимальный срок кредитования на пополнение оборотных средств - 2 года, максимальный срок кредитования на приобретение оборудования, недвижимости, строительства – 7 лет), влияющих на сумму расходов, которые могут понести воспользовавшиеся услугой лица.
Иные условия, влияющие на сумму расходов, которые могут понести воспользовавшиеся услугой лица, (процентная ставка на минимальную сумму кредита – 500 000 рублей, срок кредитования для минимальной суммы кредита – 500 000 рублей, платежи заемщика в пользу третьих лиц, комиссии за открытие, ведение (обслуживание) счетов заемщика, за расчетное и операционное обслуживание и другие), в рассматриваемой рекламе отсутствуют.
Иные условия оказания услуги по предоставлению кредита (в том числе о возможности досрочного погашения кредита, о порядке уплаты суммы кредита и процентов, о размере штрафов) в рекламе не указаны.
Согласно ч. 7 ст. 5 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.
При этом:
1. реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий (п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе);
2. если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее (ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе).

Поскольку распространенная Банком реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителей желания ими воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей

такой рекламы. Отсутствие каких-либо сведений об условиях оказания рассматриваемой услуги не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.
Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.
В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламораспространитель - издатель Журнала – ООО «Кострома Бизнес Медиа» несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

На странице №XV Журнала №9 (76) 2012 на правах рекламы размещена статья под названием «Успеть за ноль рублей», содержащая, в том числе, следующую информацию: «Летом этого года в Костроме открыл двери своего офиса Промсвязьбанк, который является одним из ведущих банков в России по кредитованию малого и среднего бизнеса… Основными характеристиками кредитных продуктов банка являются гибкий подход к структуре залога, быстрота принятия решения, возможность получения долгосрочных ресурсов – на срок до 10 лет. … Более подробную информацию об условиях сотрудничества можно получить на сайте www.psbank.ru, в офисе Промсвязьбанка в Костроме по адресу: ул. Советская, 19, по телефону (4942) 642-642 или на бесплатной круглосуточной линии контакт-центра 8 (800) 555-20-20».
В соответствии со ст. 3 Закона о рекламе данная статья является рекламой, т.к. распространена в СМИ – Журнал, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимание к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.
Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ОАО «Промсвязьбанк» (109052, Россия, г. Москва, ул. Смирновская, д. 10, строение 22).
Из текста данной рекламы следует, что:
кредитная организация под коммерческим обозначением «Промсвязьбанк» оказывает услуги, связанные с предоставлением кредитов, в том числе на срок до 10 лет;
организационно-правовая форма кредитной организации «Промсвязьбанк» (Открыток акционерное общество - ОАО) не указана.
Согласно п. 6 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» ОАО «Промсвязьбанк» является финансовой организацией.
Следовательно, реклама указанной деятельности должна соответствовать как общим требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 Закона о рекламе, устанавливающей специальные требования к рекламе финансовых услуг.
В соответствии с ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридических лиц — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя, отчество).
Пункт 1 ст. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации гласит, что организационно-правовая форма юридического лица является неотъемлемой частью его наименования.
Согласно ст. 7 Федерального закона от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Кредитная организация вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов

Российской Федерации и (или) иностранных языках.
Фирменное наименование кредитной организации на русском языке и языках народов Российской Федерации может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции или в транскрипциях языков народов Российской Федерации, за исключением терминов и аббревиатур, отражающих организационно-правовую форму кредитной организации.
Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов «банк» или «небанковская кредитная организация».
Иные требования к фирменному наименованию кредитной организации устанавливаются Гражданским кодексом Российской Федерации.
В соответствии с ч. 4 ст. 54 ГК РФ Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Требования к фирменному наименованию устанавливаются ГК РФ и другими законами. Права на фирменное наименование определяются в соответствии с правилами раздела VII ГК РФ.
Части 1, 2, 3 ст. 1473 ГК гласят:
Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.
Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.
Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Юридическое лицо вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.
Рассматриваемая реклама содержит только часть условий ее оказания (максимальный срок кредитования – 10 лет), влияющих на сумму расходов, которые могут понести воспользовавшиеся услугой лица.
Иные условия, влияющие на сумму расходов, которые могут понести воспользовавшиеся услугой лица, (максимальная сумма займа, процентная ставка на максимальную сумму кредита, платежи заемщика в пользу третьих лиц, комиссии за открытие, ведение (обслуживание) счетов заемщика, за расчетное и операционное обслуживание и другие), в рассматриваемой рекламе отсутствуют.
Иные условия оказания услуги по предоставлению кредита (в том числе о возможности досрочного погашения кредита, о порядке уплаты суммы кредита и процентов, о размере штрафов) в рекламе не указаны.
Согласно ч. 7 ст. 5 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.
При этом:
1. реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий (п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе);
2. если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и

погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее (ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе).

Поскольку распространенная Банком реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителей желания ими воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие каких-либо сведений об условиях оказания рассматриваемой услуги не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.
Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.
В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламораспространитель - издатель Журнала – ООО «Кострома Бизнес Медиа» несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.
Заседание Комиссии по рассмотрению дела №ВД 07-87/1088 состоялось 14.11.2012 г. при участии представителя Общества <…>, которая вину рекламораспространителя – ООО «Кострома Бизнес Медиа» в нарушении ч. 7 ст. 24, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе признала, а также сообщила следующее.
«В № 12 (67) 2011 в статье Медицинского центра «Берегиня» действительно было допущено нарушение Закона о рекламе. Площадь предупреждения о наличии противопоказаний составила менее 5% рекламной площади. Ошибка была допущена по невнимательности, т.к. рекламы подобного рода в журнале не было несколько лет.
В №2 (69) 2012 и №9 (76) 2012 действительно не было указано наименование юридического лица. Данная реклама неоднократно согласовывалась юристами банков, поэтому мы доверили юридическую правильность текста профессионалам.
Проанализировав Определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, полностью признаю допущенные ошибки. В коллективе было проведено собрание и повторное изучение сотрудниками редакции Закона о рекламе. Ошибки устранили. Решили проводить обучение не реже 1 раза в 3 месяца. Непосредственный контроль за размещением рекламных материалов в журнале осуществляет генеральный директор Общества».

Рассмотрев материалы дела, выслушав объяснения генерального директора ООО «Кострома Бизнес Медиа» <…>, Комиссия пришла к следующим выводам.
Рассматриваемая реклама ООО «Медицинский центр «Берегиня» не соответствует требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, т.к. общая площадь предупреждения о наличии противопоказаний в рассматриваемой рекламной статье составляет 1,4 см.2 или составляет 0.34% от общей площади рекламной статьи.
Рассматриваемая реклама АКБ «РОСЕВРОБАНК» (ОАО) не соответствует требованиям ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, т.к. отсутствует наименование лица, оказывающего финансовую услугу.
Рассматриваемая реклама ОАО «Промсвязьбанк» не соответствует требованиям ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, т.к. отсутствует наименование лица, оказывающего финансовую услугу.
В соответствии с ч. 4, ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований,

установленных ч. 7 ст. 24, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, рекламораспространитель несет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.
Согласно материалам дела №ВД 07-87/1088, ст. 21 Закона РФ от 27.12.1991 г. №2124-1 «О средствах массовой информации» ООО «Кострома Бизнес Медиа» в данном случае является рекламораспространителем.
Федеральный закон от 08.02.1998 №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» устанавливает, что генеральный директор общества с ограниченной ответственностью осуществляет руководство текущей деятельностью общества, без доверенности действует от имени общества, в том числе представляет его интересы и совершает сделки.
Генеральным директором ООО «Кострома Бизнес Медиа» является <…> (протокол от 16.03.2011 г. №3 учредительного собрания участников ООО «Кострома Бизнес Медиа»).
На основании вышеизложенного, рекламораспространителем — ООО «Кострома Бизнес Медиа», в лице генерального директора <…>, нарушено законодательство о рекламе, а именно ч. 7 ст. 24, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.
Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу:
- ООО «Медицинский центр «Берегиня», размещенную на странице №LIV «Точка Роста 2012» Журнала №12 (67) 2011, поскольку нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе,
- АКБ «РОСЕВРОБАНК» (ОАО), размещенную на странице №V Журнала №2 (69) 2012, на странице №XXIX Журнала №5 (72) 2012, поскольку нарушены требования ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе,
- ОАО «Промсвязьбанк», размещенную на странице №XV Журнала №9 (76) 2012, поскольку нарушены требования ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, в связи с устранением нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Костромского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии
О.В. Ревельцев
Члены Комиссии
Т.А. Дмитриева
И.Н. Баданова

- reshenie_ooo_kostroma_biznes_media.doc