

## РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-16/11

24 июня 2016 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – руководитель управления – Чеченина Светлана Адольфовна;

Членов комиссии: начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С., главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.

рассмотрев дело № 08-04-16/11 от 21.04.2016 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) в отсутствие лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, уведомленных надлежащим образом:

МАУ «Городской информационный центр» редакция газеты «Заполярный вестник» (ИНН 5109003979, ОГРН 1085109000173 от 06.10.2010, 184430, г. Заполярный, Мурманская обл., ул. Ленина, д.6) и КПК «Илма-кредит» (ИНН 1001241307, ОГРН 1101001012804 от 15.12.2010, Юр. адрес: 420043, г. Казань, ул. Вишневского, д.26, офис 11, Почтовый адрес: 185035, г. Петрозаводск, ул. Гоголя, 58),

### УСТАНОВИЛА:

Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Мурманской области в рамках Соглашения об организации взаимодействия и сотрудничества направило в управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области материалы плановой проверки средства массовой информации – газеты «Заполярный вестник» №36(289) от 18.09.2015

В ходе изучения материалов проверки Мурманским УФАС России выявлено, что в газете «Заполярный вестник» №36(289) от 18.09.2015 на странице 4 размещена реклама: «Сбережения до 21% годовых Заполярный кредит НАДЕЖНО! 88007002482, г. Заполярный, ул. Ленина, 1А... далее мелкий нечитаемый шрифт», с признаками нарушения части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Реклама выполнена шрифтами неодинакового размера, часть рекламы невозможно прочесть, т.к. текст содержит мелкие не различимые буквы, которые напоминают черную линию. Потребитель вводится такой рекламой в заблуждение, т.к. не может получить из рекламы полную и существенную информацию о предлагаемой финансовой услуге и лице, которое её предлагает.

В соответствии со статьёй 3 Закона о рекламе:

реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

объект рекламирования – товар, средства 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;

товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

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

Согласно пункту 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), условиях её получения, а также об изготовителе (продавце) такого товара(услуги), то есть объекту рекламирования в целом.

В силу части 1 статьи 28 Закона реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

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 статьи 28 Закона о рекламе).

В соответствии с частью 7 статьи 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.

Руководствуясь частью 5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 N 508 (далее - Правила) Мурманское УФАС России по ходатайству(от 20.04.2016 №08-07-16/1830) наделено Федеральной антимонопольной службой России полномочиями по рассмотрению дела 08-04-16/11 по признакам нарушения рекламного

законодательства в отношении рекламодателя КПК «Илма-кредит» (ИНН 1001241307, ОГРН 1101001012804 от 15.12.2010, Юр. адрес: 420043, г. Казань, ул. Вишневского, д.26, офис 11, Почтовый адрес: 185035, г. Петрозаводск, ул. Гоголя, 58) и рекламодателем МАУ «Городской информационный центр» редакция газеты «Заполярный вестник» (ИНН 5109003979, ОГРН 1085109000173 от 06.10.2010, 184430, г. Заполярный, Мурманская обл., ул. Ленина, д.6)

Определением о возбуждении дела 08-04-16/11 от 21.04.2016 г. рассмотрение дела по признакам нарушения рекламного законодательства назначено на 17.05.2016 г. в 14:30. Копия Определения о возбуждении дела 08-04-16/11 направлена в адрес МАУ «Городской информационный центр» и в адрес КПК «Илма-Кредит» по юридическому и почтовому адресу.

17.05.2016 года на рассмотрении дела присутствовал директор МАУ «Городской информационный центр» редакция газеты «Заполярный вестник» <...>. КПК «Илма-Кредит» на рассмотрении дела отсутствовал, ходатайств и представителя не направлял.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) изучила рекламу, представленные материалы, заслушала позицию МАУ «Городской информационный центр» и установила, что необходимо получение дополнительных материалов, а также присутствие лица КПК «Илма-кредит», в действиях которого усматриваются признаки нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с пунктом 34 Правил, Комиссия определила рассмотрение дела № 08-04-16/11 отложить до 24 июня 2016 в 12.00 по адресу: г. Мурманск, ул. Книповича, д.9А.

24 июня 2016 Комиссия в составе: начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С., главного специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В., под председательством руководителя управления Чечениной Светланы Адольфовны заслушала аудио запись предыдущего заседания Комиссии по делу № 08-04-16/11, рассмотрела материалы дела, а также письменные пояснения и ходатайства сторон.

МАУ «Городской информационный центр» редакция газеты «Заполярный вестник» направило ходатайство о рассмотрении дела № 08-04-16/11 в отсутствие представителя редакции, а также поддержало ранее высказанную в заседании позицию (исх. 270 от 27.05.2016).

КПК «Илма-Кредит» направило в адрес антимонопольного органа письменные пояснения, и сообщила об отсутствии возможности явиться на рассмотрение дела № 08-04-16/11 директора КПК «Илма-Кредит».

МАУ «Городской информационный центр» обращает внимание на то, что учреждение не принимало участие в создании рекламы и не вносило в неё изменения, а лишь приняло к распространению.

Представитель МАУ «Городской информационный центр» подтверждает, что текст

рекламы очень мелкий и его невозможно прочесть, а отдельные фразы вовсе напоминают прямые черные линии.

По информации предоставленной МАУ «Городской информационный центр», лицом определившим содержание рекламы является КПК «Илма-Кредит», который представил готовый к распространению макет рекламы. Очередность размещения макетов и их размер определял заказчик, поскольку от объема макета зависит стоимость размещения рекламы в газете, и именно рекламодатель определял какую сумму он готов потратить на каждую конкретную рекламу в одном выпуске.

Счет № МА 00055 от 19.08.2015 на оплату услуг по публикации рекламного материала в газете «Заполярный вестник. Газета нашего города» №36(289) от 18.09.2015 направлен заказчику заранее, до выхода рекламы.

КПК «Илма-Кредит» оплатил услуги, выставленные по счету № МА 00055 в полном объеме 19.08.2015, о чем свидетельствует платежное поручение №162.

Из письма КПК «Илма-Кредит» следует, что заявка на распространение рекламы производилась в устной форме, а содержание спорного макета рекламы определил руководитель потребительского кооператива <...>.

По мнению КПК «Илма-Кредит» Законом о рекламе не предусмотрено каких-либо требований в отношении размера шрифта, кроме того, восприятие каждого человека индивидуально, вследствие чего кооператив считает, что выводы антимонопольного органа о нечитабельности и не полном восприятии текста рекламы потребителем, не может быть объективно. Кооператив считает, что в размещенной рекламе указаны существенные условия договора займа (сумма, срок, размер процентной ставки) требуемые статьей 28 Закона о рекламе и гражданского законодательства.

В письме КПК «Илма-Кредит» обращает внимание Комиссии на то, что газета «Заполярный вестник» № 36 со спорной рекламой вышла в печать 18.09.2015 г. и на сегодняшний день, по мнению кооператива, срок привлечения к административной ответственности истек в соответствии со статьей 24.5 КоАП РФ.

Комиссия изучила представленные сторонами материалы, пояснения и провела детальный анализ рекламы.

Согласно Уставу, утвержденному Постановлением администрации муниципального образования г. Заполярный Мурманской области от 01.07.2008 № 78 МАУ «Городской информационный центр» является юридическим лицом, предметом деятельности которого, является производство, выпуск и распространение городской информационной газеты, телевизионных и радиовещательных программ, других печатных информационных материалов и изданий.

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации № П ТУ51-00017 от 10.09.2008 газета «Заполярный вестник. Газета нашего города» является периодическим, русскоязычным изданием, специализирующимся на информационно-аналитической, политической, культурно-просветительной и развлекательной тематике; рекламы не более 40%.

Кредитный потребительский кооператив «Илма-кредит», согласно сведениям из единого государственного реестра юридических лиц, осуществляет прочее финансовое посредничество (65.2) и предоставление кредита (65.22).

Указанием Банка России от 16.12.2015 N 3898-У "О порядке ведения Банком России государственного реестра кредитных потребительских кооперативов" (зарегистрировано в Минюсте России 27.01.2016 N 4082) установлен порядок ведения государственного реестра кредитных потребительских кооперативов.

Банк России (Департамент допуска на финансовый рынок (далее - уполномоченное структурное подразделение) ведет реестр в соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 Федерального закона "О кредитной кооперации" на основе сведений, от саморегулируемых организаций кредитных потребительских кооперативов (далее - саморегулируемые организации).

В реестр саморегулируемой организации кредитных потребительских кооперативов «Содействие» входит КПК «Илма-кредит» №099 (<http://sro-sodeystvie.ru>).

В соответствии со статьёй 3 Федерального закон от 18.07.2009 N 190-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "О кредитной кооперации" кредитный кооператив является некоммерческой организацией. Деятельность кредитного кооператива состоит в организации финансовой взаимопомощи членов кредитного кооператива (пайщиков) посредством:

1) объединения паенакоплений (паев) и привлечения денежных средств членов кредитного кооператива (пайщиков) и иных денежных средств в порядке, определенном настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами и уставом кредитного кооператива;

2) размещения указанных в пункте 1 настоящей части денежных средств путем предоставления займов членам кредитного кооператива (пайщикам) для удовлетворения их финансовых потребностей.

Согласно части 1 статьи 30 Федерального закона от 18.07.2009 N 190-ФЗ "О кредитной кооперации" кредитные кооперативы, членами которых являются физические лица, вправе привлекать денежные средства указанных лиц на основании договоров передачи личных сбережений.

Кредитный потребительский кооператив «Илма-Кредит»(заказчик) заключило договор № 002-Г-15 на неопределенный срок с Муниципальным автономным учреждением «Городской информационный центр» муниципального образования городское поселение Заполярный Печенгского района(исполнитель) на размещение информационных материалов в городской информационной газете «Заполярный вестник. Газета нашего города».

Согласно акту об оказании услуг № 000117 от 18.09.2015 по договору № 002-Г-15 рекламный материал заказчика КПК «Илма-Кредит» в газете «Заполярный вестник. Газета нашего города» № 36(289) от 18.09.2015 опубликован: 18.09.2015, размером 35 см кв. по цене 45,00 на сумму 1575 рублей 00 копеек. Акт подписан сторонами и скреплен печатями без претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг.

Реклама «Сбережения до 21% годовых Заполярный кредит НАДЕЖНО! 8<...>82...» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц - размещена в периодическом печатном издании газете «Заполярный вестник. Газета нашего города»; формирует и поддерживает интерес к услуге «Сбережение до 21%»; преследует строго заданные цели продвижение услуги кооператива, призывая потребителей рекламы: «Заполярный кредит. НАДЕЖНО!» (указана бесплатная телефонная линия 8<...>82, адрес получения услуги: г.Заполярный, ул. Ленина, 1А).

В рассматриваемой рекламе объектом рекламирования является:

- услуга по сбережению до 21%;
- организация, представляющая услугу.

Из анализа текста рекламы и способа его выполнения следует, что привлекательная информация «Сбережения до 21% годовых Заполярный кредит НАДЕЖНО! 8<...>82» выполнена крупным выделенным шрифтом от 5 до 9 мм и размещена в центре рекламного модуля на светлом фоне, менее привлекательная информация для инициатора рекламы, но значимая для потребителя рекламы, выполнена в рекламе мелким нечитаемым шрифтом 0,4 мм в нижней части рекламного поля на черном фоне.

Из рекламы, выполненной таким образом, не следует, что услугу по сбережению средств представляет КПК «Илма-кредит» и только для пайщиков кооператива, информация о полных условиях сбережения под 21% также скрыта от потребителя.

Только из представленного рекламного модуля в увеличенном формате можно разобрать информацию выполненную мелким шрифтом: «территориальное обособленное подразделение КПК «Илма-кредит»\* только для пайщиков, от суммы дохода удерживается НДФЛ, вступительный взнос 10р., паевый взнос 10р.+8% от суммы сбережений, % начисляется со дня, следующего за днём внесения средств и по день предшествующий возврату, 21% годовых при сроке 18 месяцев. Формула расчета  $a = (b \times f \times g) / (366 \times 100)$ , где а-сумма дохода, b-сбережения, f-количество дней, g -процентная ставка, 366-количество дней в году. НПО СРО КК «Содействие» № 099».

Следует отметить, что существенная информация об организации, оказывающей услугу «сбережения», выполнена шрифтом, напоминающим прямую черную линию, проходящую под надписью «Заполярный кредит», а условие о том, что получить услугу по «сбережению» могут только пайщики кооператива, также затруднительно прочесть, т.к. фраза «\*только для пайщиков» выглядит в рекламе в виде черной линии, подчеркивающей крупно выделенное слово «НАДЕЖНО!». Информация о том, что КПК «Илма-кредит» за №099 входит в реестр саморегулируемой организации кредитных потребительских кооперативов «Содействие» выполнена мелкими буквами, вертикально по отношению ко всему тексту рекламы и размещена по краю рекламного модуля.

Анализируя рекламный текст, Комиссия обратилась к статье «Текстовые деликаты или шоковые способы воздействия на потребителя в креолизованных рекламных текстах» кандидата филологических наук, доцента кафедр английского языка

гуманитарного факультета Южного Федерального университета Амири Людмилы Петровны, в которой даётся понятие креолизированным рекламным текстам, способам их воздействия на потребителя, а также исследует механизма формирования двусмысленности в креолизированных рекламных текстах.

Креолизированный текст — текст, фактура которого состоит из двух разнородных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык).

К средствам креолизации вербальных текстов относятся изобразительные компоненты, соседствующие с вербальными и оказывающие существенное влияние на интерпретацию текста, а также все технические моменты оформления текста, влияющие на его смысл. Среди них: шрифт (нескольких видов и размеров), цвет, фон текста (цветной или иллюстрированный), средства орфографии, пунктуации и словообразования, иконические печатные символы (пиктограммы, идеограммы и т. п.), графическое оформление вербального текста (в виде фигуры, в столбик и т. п.).

Комиссия считает, что в рассматриваемом рекламном тексте подтекст запланированный автором выражен невербально, но он обладает маркерами, которые сигнализируют потребителю о «нужном», то есть подтекст реализуется в таких контекстно-ситуативных условиях, которые являются предпосылками для «нужного» восприятия рекламного текста. Детальное рассмотрение рекламы показывает, что для усиления акцента, в рекламе на первый план помещена привлекательная информация «Сбережения до 21% годовых», тем самым достигается эффект важности и привлекательности именно этой информации. Рекламодатель, используя в тексте рекламы фразы, выполненные мелким шрифтом в виде черной линии, достигает эффекта их отсутствия, при этом утверждает о подаче полной информации для потребителей и соблюдении норм и требований законодательства.

Границы подтекста в креолизированном рекламном тексте обозримы, так как нацеленность автора на восприятие акцента потребителем достигнута.

Утверждение рекламодателя КПК «Илма-Кредит» о том, что Закон о рекламе не содержит требований к размеру шрифта и реклама организации соответствует в полном объеме рекламному законодательству, не соответствует действительности, поскольку доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное) представление о рекламируемом объекте.

Потребитель рекламы не получил из рекламы, размещенной на странице 4 в газете «Заполярный вестник. Газета нашего города» № 36(289) от 18.09.2015 важную для него информацию, которая была выполнена мелким не читаемым шрифтом.

При оценке рекламы, содержащей информацию, указанную мелким, трудным для восприятия шрифтом, следует учитывать то, что исходя из понятия рекламы она предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

В связи с этим Комиссией приняты во внимание пункты 24, 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" (далее - постановление Пленума ВАС РФ N 58) в корреспонденции с частями 1, 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе, Закон N 38-ФЗ).

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В соответствии с частью 7 статьи 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.

Согласно пункту 2 статьи 4 ФЗ от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" под финансовой услугой понимается 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.

Реклама финансовых услуг подчинена требованиям статьи 28 Закона о рекламе.

В силу части 1 статьи 28 Закона реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Наименование юридического лица предусматривает указание на организационно-правовую форму (статья 54 Гражданского кодекса Российской Федерации).

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 (пункт 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе).

Пункт 24 Постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъясняет, что в рекламе должны быть указаны наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и



иные финансовые услуги, а также условия оказания этих услуг. Наличие в рекламе информации о возможности получения (уточнения) сведений об условиях оказания соответствующих услуг у сотрудников организации, предоставляющей такие услуги, или иных консультантов, обладающих необходимыми сведениями об условиях оказания данных услуг, не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности опубликования в рекламном объявлении условий оказания банковских, страховых и иных финансовых услуг, влияющих на их стоимость, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

С учетом приведенных норм в размещенной рекламе должны быть указаны: наименование или имя лица, оказывающего финансовую услугу и все условия финансовой услуги, влияющие на ее стоимость.

Объем и способ доведения до потребителей условий сбережения в рекламе должны быть такими, чтобы условия воспринимались обычным потребителем достаточно ясно и понятно, позволяющими ему при ознакомлении с текстом рекламы иметь возможность правильно и в полном объеме оценить приемлемость условий получения необходимой ему услуги.

Размещенная кооперативом реклама не содержит наименование лица, оказывающего услугу по сбережению средств и содержит лишь одно из условий – процентную ставку по сбережению денежных средств до 21%, иные условия, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица отсутствуют в спорной рекламе.

Вместе с тем в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Текст рассматриваемой рекламы, выполненный мелким шрифтом, не позволяет потребителю осознать полный смысл рекламы и оценить свои возможности и риски по вступлению в кооператив и размещению своих финансовых средств в некоммерческой организации.

При формальном присутствии в рекламе необходимой информации такие обстоятельства, как размер спорного рекламного модуля, размер шрифта, не позволяют потребителям воспринимать все сведения об условиях предоставляемой услуги, наименовании лица и, как следствие, нельзя утверждать о фактическом наличии такой информации.

В свою очередь, возможность уточнения подробностей о рекламируемой финансовой услуге – сбережении, не заменяет опубликования существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого продукта.

Письменные доводы КПК «Илма -Кредит» о доведении в рекламе полной информации до потребителя рекламы и соблюдении требований рекламного законодательства не принимаются Комиссией.

Кроме того, Комиссия отметила, что рассматривает дело по признакам нарушения рекламного законодательства и не применяет норм административного права, как

ошибочно указал в своем письме КПК «Илма -Кредит», ссылаясь на истечение сроков давности привлечения организации к административной ответственности.

Таким образом, исследуя спорную рекламную информацию, Комиссия оценила содержание рекламы в совокупности с обстоятельствами ее размещения способом и формой доведения рекламной информации до потребителя и признала рекламу ненадлежащей, нарушающей требования части 1 статьи 28 , пункта 2 части 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 1 статьи 28 несет как рекламодатель так и рекламораспространитель, за нарушение пункта 2 части 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ ответственность возложена на рекламодателя.

Рекламодателем является КПК «Илма-кредит» (ИНН 1001241307, ОГРН 1101001012804 от 15.12.2010, Юр. адрес: 420043, г. Казань, ул. Вишневского, д.26, офис 11, Почтовый адрес: 185035, г. Петрозаводск, ул. Гоголя, 58);

реklamораспространителем МАУ «Городской информационный центр» редакция газеты «Заполярный вестник» (ИНН 5109003979, ОГРН 1085109000173 от 06.10.2010, 184430, г. Заполярный, Мурманская обл., ул. Ленина, д.6).

Рекламодатель, определяя содержание рекламы и оплачивая формат рекламного модуля, как и рекламораспространитель, подготавливающий к выходу рекламный модуль размером 35 см. кв., могли оценить, каким образом реклама будет отображаться в самой газете и восприниматься потребителями и понять, что в таком мелком формате текст рекламы не может восприниматься читателями.

В силу требований Закона о рекламе участники рекламного процесса должны были проконтролировать размещенный текст рекламы в оговоренном формате с целью недопущения нарушений Закона N 38-ФЗ.

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями настоящего Федерального закона являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Существенная угроза охраняемым общественным отношениям в данной категории правонарушений заключается в пренебрежительном отношении рекламодателя и рекламораспространителя к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к формальным требованиям публичного права.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу: «Сбережения до 21% годовых Заполярный кредит НАДЕЖНО!» 8<...>82, г. Заполярный, ул. Ленина, 1А... далее мелкий нечитаемый шрифт: ««территориальное обособленное подразделение КПК «Илма-кредит»\* только для

пайщиков, от суммы дохода удерживается НДФЛ, вступительный взнос 10р., паевый взнос 10р.+8% от суммы сбережений, % начисляется со дня, следующего за днём внесения средств и по день предшествующий возврату, 21% годовых при сроке 18 месяцев. Формула расчета  $a=(b \times f \times g)/(366 \times 100)$ , где а-сумма дохода, в-сбережения, f-количество дней, g -процентная ставка, 366-количество дней в году. НПО СРО КК «Содействие» № 099», распространявшуюся в газете «Заполярный вестник» № 36(289) от 18.09.2015 на странице 4 ненадлежащей, поскольку она не соответствует требованиям части 1 статьи 28 , пункта 2 части 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2.Выдать КПК «Илма -Кредит» и МАУ «Городской информационный центр» редакции газеты «Заполярный вестник» предписание о прекращении нарушения и соблюдении требований части 1 статьи 28 , пункта 2 части 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

3.Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении директора ООО КПК «Илма-Кредит» и директора МАУ «Городской информационный центр»

Резолютивная часть решения объявлена 24 июня 2016 года.

Решение в полном объеме изготовлено 29 июня 2016 года.

Решение может быть обжаловано в суд (арбитражный суд) в течение трех месяцев со дня изготовления решения в полном объеме.

## **ПРЕДПИСАНИЕ**

### **о прекращении нарушения законодательства**

### **Российской Федерации о рекламе по делу № 08-04-16/11**

29.06.2016 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – руководитель управления – Чеченина Светлана Адольфовна;

Членов комиссии: начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С., главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.

на основании своего решения от 24.06.2016 по делу № 08-04-16/11 о признании рекламы: «Сбережения до 21% годовых Заполярный кредит НАДЕЖНО! 8<...>82, г.

Заполярный, ул. Ленина, 1А... далее мелкий нечитаемый шрифт: ««территориальное обособленное подразделение КПК «Илма-кредит»\* только для пайщиков, от суммы дохода удерживается НДФЛ, вступительный взнос 10р., паевый взнос 10р.+8% от суммы сбережений, % начисляется со дня, следующего за днём внесения средств и по день предшествующий возврату, 21% годовых при сроке 18 месяцев. Формула расчета  $a=(b \times f \times g) / (366 \times 100)$ , где а-сумма дохода, b-сбережения, f-количество дней, g -процентная ставка, 366-количество дней в году. НПО СРО КК «Содействие» № 099»», распространявшейся в газете «Заполярный вестник» №36(289) от 18.09.2015 на странице 4 ненадлежащей, поскольку она не соответствует требованиям части 1 статьи 28 , пункта 2 части 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе, руководствуясь пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. Рекламораспространителю - муниципальному автономному учреждению «Городской информационный центр» редакция газеты «Заполярный вестник» (ИНН 5109003979, ОГРН 1085109000173 от 06.10.2010, 184430, г. Заполярный, Мурманская обл., ул. Ленина, д.6) прекратить нарушение части 1 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ., и в соблюдении указанной нормы размещать рекламу банковских, страховых и иных финансовых услуг с указанием наименования или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

2. Об исполнении предписания и принятых мерах сообщить в УФАС по Мурманской области до 15 июля 2016 года (приложить новый номер газеты).

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

### **ПРЕДПИСАНИЕ**

#### **о прекращении нарушения законодательства**

#### **Российской Федерации о рекламе по делу № 08-04-16/11**

29.06.2016 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской

области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – руководитель управления – Чеченина Светлана Адольфовна;

Членов комиссии: начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С., главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.

на основании своего решения от 24.06.2016 по делу № 08-04-16/11 о признании рекламы: «Сбережения до 21% годовых Заполярный кредит НАДЕЖНО! 88007002482, г. Заполярный, ул. Ленина, 1А... далее мелкий нечитаемый шрифт: ««территориальное обособленное подразделение КПК «Илма-кредит»\* только для пайщиков, от суммы дохода удерживается НДФЛ, вступительный взнос 10р., паевый взнос 10р.+8% от суммы сбережений, % начисляется со дня, следующего за днём внесения средств и по день предшествующий возврату, 21% годовых при сроке 18 месяцев. Формула расчета  $a=(b \times f \times g)/(366 \times 100)$ , где а-сумма дохода, b-сбережения, f-количество дней, g -процентная ставка, 366-количество дней в году. НПО СРО КК «Содействие» № 099»», распространявшейся в газете «Заполярный вестник» №36(289) от 18.09.2015 на странице 4 ненадлежащей, поскольку она не соответствует требованиям части 1 статьи 28 , пункта 2 части 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе, руководствуясь пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

#### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. Рекламодателю – кредитному потребительскому кооперативу «Илма-кредит» (ИНН 1001241307, ОГРН 1101001012804 от 15.12.2010, Юр. адрес: 420043, г. Казань, ул. Вишневского, д.26, офис 11, Почтовый адрес: 185035, г. Петрозаводск, ул. Гоголя, 58) прекратить нарушение части 1 статьи 28 , пункта 2 части 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ., и в соблюдении указанных норм размещать рекламу финансовых услуг с указанием наименования или имя лица, оказывающего эти услуги, при этом не 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, а также указывать в рекламе всю существенную информацию об рекламируемой услуге.

2. Об исполнении предписания и принятых мерах сообщить в УФАС по Мурманской области до 22 июля 2016 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.