ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

610019, г.Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от «18» марта 2010 г. **г. Киров**

Р Е Ш Е Н И Е

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
Председателя Комиссии –<.....> – руководителя управления и членов Комиссии – <.....> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> - вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы;
В присутствии:
<.....>– директора ООО «Комьюнити», действующего на основании Устава и протокола учредителей
протокол вел <.....>– ведущий специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы;
рассмотрев дело № 5 по признакам нарушения ООО «Комьюнити» ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области обратился депутат Кирово-Чепецкой городской думы третьего созыва<.....> с заявлением о нарушении ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. при размещении рекламы в газете «Чепецкая пятница».

По мнению заявителя нарушение заключается в следующем.

В газете № 2 (17) от 14.01.2010 г.

- на 3 странице размещены следующие рекламные модули: «Ломбард. Ссуды под залог. Автомобили, золото, телефоны и др. ул.**<...>**. 2-4**<...>**»; «Ломбард. Ссуды под залог. Низкий процент. Пр. **<...>** т. 2-7**<...>**, 8-912-333-0**<...>**»; «Ломбард. Ссуды под залог золото, предм. старины. т. 6-6**<...>**, 9-2**<...>**,8-909-716-4**<...>**»;

В газете «Чепецкая пятница» № 3 (18) от 21.01.2010 г.

- на первой странице размещена реклама «Ссуды под залог аудио-видео техники, сот. телефонов, авто и другое. ул. **<...>** (за маг. Вернисаж), тел. 8-912-331-8**<...>**; 2-4**<...>**»;
- на третьей странице: «Ломбард. Ссуда под залог. Низкий процент .пр. **<...>**. тел. 2-7**<...>**; 8-912-333-0**<...>**»

В соответствии с ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» 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).

Во всех вышеперечисленных рекламных модулях отсутствует наименование или имя лица, оказывающего финансовые услуги.

Согласно части 7 статьи 38 Закона ответственность за ч. 1 ст. 28 Закона несет рекламораспространитель.

В данном случае рекламораспространителем является ООО «КОМЬЮНИТИ».

Учитывая то, что в действиях ООО «КОМЬЮНИТИ» содержаться признаки нарушения рекламного законодательства было возбуждено производство по делу.

Получив определение о возбуждении дела, заявитель <.....> направил заявление о рассмотрении дела без его участия.

При рассмотрении дела на комиссии, директор ООО «Комьюнити»<.....>факт нарушения признал и пояснил, что на размещение рекламы в газете заключались договоры с рекламодателями и полагали, что все необходимые сведения имеются в договорах, следовательно, в рекламных модулях их не размещали. В случае обращения читателей в редакцию газеты, мы готовы предоставить любые сведения о рекламодателе или о рекламируемом товаре.

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что ООО «Комьюнити» нарушена ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «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 номерах газеты «Чепецкая пятница» является рекламной, так как предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и поддержанию интереса к нему, его продвижению на рынке, по своему характеру разовым предложением не является.

Во всех перечисленных рекламных модулях рекламируются услуги ломбардов.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).
да.

В соответствии с ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе», 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).

Как указано в ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 года, финансовая организация – хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг. Таким образом, к финансовым организациям, оказывающим финансовые услуги, относятся и ломбарды.

В ст. 2 Закона о ломбардах дается определение ломбарда. Согласно этой норме ломбардом является юридическое лицо - специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей. Фирменное наименование ломбарда обязательно должно содержать слово "ломбард" и указание на его организационно-правовую форму. Следовательно, вести ломбардную деятельность индивидуальный предприниматель - физическое лицо не вправе.

Из представленных ООО «Комьюнити» документов установлено, что договоры на размещение в газете «Чепецкая пятница» №№ 2,3 рекламы по оказанию финансовых услуг ломбардами, не заключались. Оплата услуг производилась частными лицами по квитанциям, в которых указаны их фамилия и адрес.

Поэтому, не может быть принято во внимание и утверждение директора ООО «Комьюнити» о том, что редакция имеет все необходимые сведения о рекламодателях. Информацию о лицах, оказывающих услуги ломбарда, необходимо было довести до сведения потребителей, что Обществом сделано не было.

Рекламораспространителем, в соответствии с предоставленными документами, является ООО «Комьюнити». Поэтому нарушение рекламного законодательства – не предоставление информации о лицах оказывающих услуги ломбарда (наименование юридического лица), произошло по его вине.

Учитывая то, что на момент рассмотрения дела отсутствовало документальное подтверждение устранения рекламного законодательства, Комиссия приняла решение выдать предписание.

В соответствии со ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламораспространителем или рекламопроизводителем законодательства о рекламе 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 сорока тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым привлечь к административной ответственности ООО «Комьюнити».

Руководствуясь ст. 3, 5, 28, 33, 36, 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу, В газете № 2 (17) от 14.01.2010 г.

   «Ломбард. Ссуды под залог. Автомобили, золото, телефоны и др. ул.**<...>**. 2-4**<...>**»; «Ломбард. Ссуды под залог. Низкий процент. Пр. **<...>** т. 2-7**<...>**, 8-912-333-0**<...>**»; «Ломбард. Ссуды под залог золото, предм. старины. т. 6-6**<...>**, 9-2**<...>**,8-909-716-4**<...>**»;

   В газете «Чепецкая пятница» № 3 (18) от 21.01.2010 г.

   «Ссуды под залог аудио-видео техники, сот. телефонов, авто и другое. ул. **<...>**(за маг. Вернисаж), тел. 8-912-331-8**<...>**; 2-4**<...>**»; на третьей странице: «Ломбард. Ссуда под залог. Низкий процент .пр. **<...>**. тел. 2-7**<...>**; 8-912-333-0**<...>**», так как она противоречит требованиям ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

   Признать ООО «Комьюнити», нарушившим ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства ООО «Комьюнити».

3. Передать материалы дела начальнику отдела финансовых рынков и рекламы для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП, в отношении ООО «Комьюнити».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в полном объеме 01.04.2010 года.

Председатель Комиссии <.....>

Члены Комиссии <.....>

<.....>

от "18" марта 2010 г. **№ 2**

П Р Е Д П И С А Н И Е
о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии – <.....> и членов Комиссии – <.....>., на основании своего решения от 18 марта 2010 г. по делу № 5 по нарушению ООО «Комьюнити» ч. 1 ст. 28 Федерального закона РФ «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

ООО «Комьюнити» в пятидневный срок с момента получения предписания прекратить нарушение ч. 1 ст. 28 Федерального закона РФ «О рекламе, а именно:

Не допускать размещение рекламы по оказанию финансовых услуг ломбардами, в газете «Чепецкая пятница», без указания наименования юридического лица, оказывающего эти услуги.

Информацию об исполнении представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в срок до 15 апреля 2010 года.

В случае неисполнения предписания в соответствии с п. 2.4 ст. 19.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность в виде штрафа: на должностных лиц от двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев

Председатель Комиссии <.....>

Члены Комиссии <.....>

<.....>

П О С Т А Н О В Л Е Н И Е № 4р-5-10
о наложении штрафа по делу
об административном правонарушении

«01» апреля 2010 г. **г. Киров**

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <.....>, рассмотрев протокол № 4р от 22.03.2010 года, составленный начальником отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России <.....> в отношении ООО «Комьюнити» фамилия, имя, отчество законного представителя юридического лица – директор ООО «Комьюнити» <.....>, действующий на основании Устава и протокола учредителей ООО «Комьюнити»).

У С Т А Н О В И Л:

В ходе рассмотрения дела № 5 по признакам нарушения законодательства о рекламе Комиссией Кировского УФАС России был установлен факт нарушения ООО «Комьюнити» ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года.

Нарушение заключается в следующем:

В газете «Чепецкая пятница» № 2 (17) от 14.01.2010 г.

- на 3 странице размещены следующие рекламные модули: «Ломбард. Ссуды под залог. Автомобили, золото, телефоны и др. ул.Сосновая 8/2. 2-40-60»; «Ломбард. Ссуды под залог. Низкий процент. Пр.**<...>** т. 2-7**<...>**, 8-912-333-0**<...>**»; «Ломбард. Ссуды под залог золото, предм. старины. т. 6-6**<...>**, 9-2**<...>**,8-909-716-4**<...>**»;

В газете «Чепецкая пятница» № 3 (18) от 21.01.2010 г.

- на первой странице размещен следующий рекламный модуль «Ссуды под залог аудио-видео техники, сот. телефонов, авто и другое. ул. **<...>** (за маг. Вернисаж), тел. 8-912-331-8**<...>**; 2-4**<...>**»;
- на третьей странице размещен следующий рекламный модуль: «Ломбард. Ссуда под залог. Низкий процент пр. **<...>**. тел. 2-74-08; 8-912-333-0**<...>**»

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «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 вышеуказанных номерах газет «Чепецкая пятница» является рекламной, так как предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и поддержанию интереса к нему, его продвижению на рынке, по своему характеру разовым предложением не является.

Во всех перечисленных рекламных модулях рекламируются услуги ломбардов.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

да.

В соответствии с ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе», 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).

Как указано, в ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 года, финансовая организация – хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг. Таким образом, к финансовым организациям, оказывающим финансовые услуги, относятся и ломбарды.

В ст. 2 Закона о ломбардах дается определение ломбарда. Согласно этой норме ломбардом является юридическое лицо - специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей. Фирменное наименование ломбарда обязательно должно содержать слово "ломбард" и указание на его организационно-правовую форму. Следовательно, вести ломбардную деятельность индивидуальный предприниматель - физическое лицо не вправе.

В рассматриваемых рекламных модулях отсутствует информация о юридических лицах, предоставляющем услуги ломбардов.

Рекламораспространителем, в соответствии с предоставленными документами, является ООО «Комьюнити». Поэтому нарушение рекламного законодательства – не предоставление информации о лицах оказывающих услуги ломбарда (наименование юридического лица), произошло по его вине.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 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; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

При этом, новая редакция статьи 14.3 введена в действие Федеральным законом от 28.12.2009 N 380-ФЗ и вступила в силу 01.04.2010.

Правонарушение не является длящимся, и было совершено ООО «Комьюнити» до вступления изменений в силу, т.е. до 01.04.2010.

Поэтому в данном случае следует применять положения прежней редакции ст. 14.3, так как санкция статьи, действующей на момент рассмотрения протокола, ухудшает положение правонарушителя (минимальный размер штрафа 100000 (сто тысяч) рублей), а потому обратной силы не имеет.

В соответствии с прежней редакцией ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламораспространителем или рекламопроизводителем законодательства о рекламе 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 сорока тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ч. 2 ст. 2.1 КоАП юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта РФ предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были предприняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Из предоставленных ООО «Комьюнити» документов установлено, что договоры на размещение в газете «Чепецкая пятница» №№ 2 и 3 рекламы по оказанию финансовых услуг ломбардами, не заключались. Оплата услуг производилась по квитанциям от частных лиц.

Поэтому, не может быть принято во внимание и утверждение директора ООО «Комьюнити» о том, что редакция имеет все необходимые сведения о рекламодателях. Информацию о лицах, оказывающих услуги ломбарда, необходимо было довести до сведения потребителей, что Обществом сделано не было.

Таким образом, виновность Общества, которое является профессиональным участником рекламного рынка, и нарушение для которого должно быть очевидным, выразилась в том, что оно не предприняло никаких действий со своей стороны по пресечению и недопущению противоправных действий, посягающих на принципы законности, добропорядочности, разумности, справедливости, хотя такая возможность у Общества имелась.

Доказательств, свидетельствующих о том, что Общество приняло все зависящие от него меры по недопущению нарушений Федерального закона № 38-ФЗ, невозможности его предотвращения и устранения выявленных нарушений не имеется.

Основанием для освобождения Общества от ответственности могли бы служить обстоятельства наличия, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля хозяйствующего субъекта, при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него. Доказательств наличия указанных обстоятельств ООО «Комьюнити» не представлено.

В связи с этим выводы Комиссии о наличии в действиях ООО «Комьюнити» состава вмененного ему административного правонарушения соответствуют имеющимся в деле доказательствам.

Протокол рассмотрен в присутствии законного представителя Общества - директора ООО «Комьюнити» <.....>.

Состав административного правонарушения, совершенного Обществом является формальным. Следовательно, в данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий административного правонарушения, а в пренебрежительном отношении Общества к своим обязанностям по соблюдению рекламного законодательства.

Учитывая изложенное, антимонопольный орган не видит оснований для применения ст. 2.9 КоАП РФ и признания его малозначительным.

- При принятии решения о назначении размера административного штрафа финансовое положение ООО «Комьюнити» учтено.
- Смягчающим обстоятельством является признание Обществом вины.

1. Признать ООО «Комьюнити» виновным в совершении правонарушения предусмотренного статьей 14.3 КоАП РФ.

2. Применить к ООО «Комьюнити» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 40 000 (сорок тысяч) рублей.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в следующем соотношении:

Руководствуясь статьями 3, 5, 28, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.10, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

П О С Т А Н О В И Л:

40 процентов – в федеральный бюджет;
60 процентов – в бюджет субъекта Российской Федерации.
Получатель: ИНН 4347021540
КПП 434501001 УФК по Кировской области
(Кировское УФАС России) л/с 04401233690

Банк получателя	ГРКЦ ГУ Банка России по Кировской области г. Кирова
Расчетный счет:	№ 40101810900000010001
	БИК 043304001
	КБК 161 1 16 26000 01 0000 140

Плательщик: ООО «Комьюнити»

161 1 16 26000 01 0000 140 Штраф за нарушение законодательства о рекламе

ОКАТО 33401000000

К оплате: 40 000 (сорок тысяч) рублей

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа ООО «Комьюнити» надлежит представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области копии платежных документов. В соответствии с ч. 1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двухкратном размере суммы неуплаченного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд по месту рассмотрения дела в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Руководитель управления <.....>