Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

20 мая 2014 года

(изготовление решения в
полном объеме)

12 мая 2014 года

(оглашение резолютивной
части)

№ 03-01/4198

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

<...>,

рассмотрев материалы дела № Р 15-02/14, возбужденного в отношении муниципального унитарного предприятия «Информационно-издательский центр «Усинская новь», адрес места нахождения: 169710, Республика Коми, г. Усинск, ул. Нефтяников, д. 38 (далее - МУП «ИИЦ «Усинская новь», Предприятие) по факту распространения в газете «Усинская новь» реклам меховой ярмарки «Gianni» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 5, ст. 16 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в отсутствие:

- МУП «ИИЦ «Усинская новь», надлежащим образом извещенного о месте и времени рассмотрения настоящего дела, что подтверждается уведомлением о вручении 20.04.2014 почтового отправления № 16799173622591,

- <...>а а (далее – <...> А.Н.), надлежащим образом извещенного о месте и времени рассмотрения настоящего дела, что подтверждается уведомлением о вручении

УСТАНОВИЛА:

Коми УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение следующих реклам:

- на странице 15 газеты «Усинская новь» № 489-492 от 03.10.2013 размещена реклама следующего содержания: «Меховая ярмарка «Gianni» приглашает вас с 1 по 6 октября БОГАТЫЙ ВЫБОР ШУБ ПО ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ Ул. Парковая, 9, 2 этаж (напротив музыкальной школы) СКИДКИ РАССРОЧКА КРЕДИТ без первоначального взноса» (далее – реклама-1);

- на странице 11 газеты «Усинская новь» № 509-511 от 15.10.2013 и на странице 12 газеты «Усинская новь» № 512-515 от 17.10.2013 размещена реклама следующего содержания: «Меховая ярмарка «GIANNI» Приглашаем вас с 16 по 20 октября. Богатый выбор шуб по доступным ценам. СКИДКИ, РАССРОЧКА, КРЕДИТ БЕЗ ПЕРВОГО ВЗНОСА Ул. Парковая, 9, магазин «Адреналин», 2 ЭТАЖ (напротив музыкальной школы)» (далее – реклама-2);

- на странице 21 газеты «Усинская новь» № 525-529 от 29.10.2013 и на странице 11 газеты «Усинская новь» № 530-534 от 31.10.2013 размещена реклама следующего содержания: «Меховая ярмарка «Gianni» приглашает вас с 30 октября по 3 ноября БОГАТЫЙ ВЫБОР ШУБ ПО ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ Ул. Парковая, 9, 2 этаж (напротив музыкальной школы) СКИДКИ РАССРОЧКА КРЕДИТ без первоначального взноса» (далее – реклама-3);

- на странице 14 газеты «Усинская новь» № 49-53 от 06.02.2014 размещена реклама следующего содержания: «Меховая ярмарка Gianni приглашает вас с 5 по 9 февраля БОГАТЫЙ ВЫБОР ШУБ ПО ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ Ул. Парковая, 9, 2 этаж (напротив музыкальной школы) СКИДКИ КРЕДИТ без первоначального взноса РАССРОЧКА без первого взноса, БЕЗ ПЕРЕПЛАТЫ» (далее – реклама-4).

По указанному факту определением № 03-01/1390 от 20.02.2014 возбуждено дело № Р 15-02/14 по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, ст. 16, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе в отношении МУП «ИИЦ «Усинская новь».

Определением № 03-01/3081 от 15.04.2014 к участию в рассмотрении дела № Р 15-02/14 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен <...> А.Н.

Из материалов дела № Р 15-02/14 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с п. 1 ст. 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена в периодическом печатном издании посредством размещения в газете «Усинская новь»;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: меховой ярмарке «Gianni», шубам, рассрочке, кредиту, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная в газете «Усинская новь», является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 28 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).

В силу ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом 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 настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемых реклам усматривается, что они не являются явно не относящимися к рекламе финансовых услуг.

Из смысла положений части 1 статьи 819 Гражданского Кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) следует, что под кредитом понимаются денежные средства, предоставленные заемщику банком или иной кредитной организацией (кредитором) по кредитному договору в размере и на условиях, предусмотренных договором.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовой организацией является хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в том числе кредитная организация; финансовая услуга - это 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.

В соответствии с п. 1 ст. 54 ГК РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Наименования некоммерческих организаций, а в предусмотренных законом случаях наименования коммерческих организаций должны содержать указание на характер деятельности юридического лица.

Пунктом 4 ст. 54 ГК РФ установлено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование.

В соответствии с частями 1 и 2 ст. 1473 ГК РФ 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.

Из письменных пояснений, представленных <...>ым А.Н. в материалы рекламного дела, следует, что указанный в рассматриваемых рекламах кредит предоставляется банками, а именно: ОАО «ОТП Банк», ООО «Русфинанс Банк», на основании заключенных договоров.

В рассматриваемых рекламе-1, рекламе-2, рекламе-3 и рекламе-4 отсутствуют наименования организаций, оказывающих услуги по кредиту.

Указание реквизитов организаций, предоставляющих услуги по кредиту (финансовые услуги), является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей и является существенной для потребителя информацией.

В силу 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.

Согласно ст. 16 Закона о рекламе размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

В соответствии со ст. 2 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 3-0567 от 18.05.2007 примерная тематика (специализация) газеты «Усинская новь»: информационная (познавательного характера), специализированная информационная (в нефтяной, строительной, жилищной и иных сферах), информационно-аналитическая, политическая, публицистическая, культурно-просветительская, образовательная, спортивная; реклама до 40%.

Из материалов рекламного дела усматривается, что газета «Усинская новь» не является периодическим печатным изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера, следовательно, размещение текста рекламы в данной газете должно сопровождаться пометкой «реклама» или

пометкой «на правах рекламы».

Текст рассматриваемых рекламы-1, рекламы-2, рекламы-3 и рекламы-4 не содержит ни одной из предусмотренных требованиями ст. 16 Закона о рекламе пометок.

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

При таких обстоятельствах, рассматриваемые реклама-1, реклама-2, реклама-3 и реклама-4 размещены в нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5, ст. 16 и ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе несут и рекламодатель, и рекламодатель-распространитель.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ст. 16 Закона о рекламе, несет рекламодатель-распространитель.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований частей 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель-распространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рассматриваемые рекламы размещены в газете «Усинская новь», соучредителем которой, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 3-0567 от 18.05.2007, является МУП «ИИЦ «Усинская новь».

Согласно письменным пояснениям, представленным МУП «ИИЦ «Усинская новь» в материалы рекламного дела, документов, регламентирующих взаимодействие соучредителей газеты «Усинская новь» по вопросам размещения рекламы, не имеется; рекламодателем рассматриваемых реклам является МУП «ИИЦ «Усинская новь»; рекламы были предоставлены <...>ым А.Н.; размещение реклам осуществлялось без договоров и заявок; готовые рекламы были получены по электронной почте, согласования реклам не производилось; размещение реклам оплачено через кассу Предприятия.

В материалах рекламного дела имеется копия электронного письма <...>а А.Н. от 30.01.2014, содержащего текст рекламы-4 с просьбой разместить ее в газете.

Из материалов рекламного дела усматривается, что <...> А.Н. определил объекты рекламирования и содержание рассматриваемых реклам, МУП «ИИЦ «Усинская новь» привело представленную <...>ым А.Н. информацию в готовую для распространения в виде реклам форму, разместив ее в газете «Усинская новь», затем распространило рассматриваемые рекламы посредством указанного печатного средства массовой информации.

При таких обстоятельствах рекламодателем рассматриваемых рекламы-1, рекламы-2, рекламы-3 и рекламы-4 является <...> А.Н., рекламопроизводителем и рекламораспространителем - МУП «ИИЦ «Усинская новь».

В соответствии с пунктами 3.1, 3.2 Устава МУП «ИИЦ «Усинская новь» Предприятие является коммерческой организацией, создано, в том числе в целях производства товаров, выполнения работ, оказания услуг, удовлетворения потребностей населения муниципального образования «Город Усинск», получения прибыли. Для достижения указанных целей Предприятие осуществляет, в том числе издательскую и рекламную деятельность.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена МУП «ИИЦ «Усинская новь» для получения прибыли при осуществлении уставной деятельности, что отвечает целям, обозначенным в Уставе Предприятия.

Из письменных пояснений, представленных МУП «ИИЦ «Усинская новь» в материалы рекламного дела, следует, что должностным лицом, ответственным за соблюдение Предприятием законодательства о рекламе, является <...> А.О. – первый заместитель директора – ответственный секретарь, который на основании организационной структуры МУП «ИИЦ «Усинская новь» контролирует рекламный отдел Предприятия.

В материалы рекламного дела МУП «ИИЦ «Усинская новь» представлены копия трудового договора № 01/07 от 01.01.2007, согласно которому <...> А.О. принят на должность первого заместителя главного редактора, а также копия дополнительного соглашения № 02 от 01.10.2012 к трудовому договору, согласно которому <...> А.О. переведен на должность первого заместителя директора – ответственного секретаря.

Также МУП «ИИЦ «Усинская новь» в материалы рекламного дела представлена копия должностной инструкции первого заместителя главного редактора, утвержденная директором МУП «ИИЦ «Усинская новь» 01.01.2007.

Вместе с тем, в материалах рекламного дела отсутствуют документы, устанавливающие обязанность первого заместителя директора – ответственного секретаря осуществлять контроль за соблюдением законодательства о рекламе и корреспондирующую этой обязанности ответственность.

Согласно пунктам 6.5, 6.7, 6.8 Устава МУП «ИИЦ «Усинская новь» руководитель Предприятия (директор) является единоличным исполнительным органом Предприятия; директор обязан выполнять, в том числе требования Устава, действующего законодательства, других обязательных для него и Предприятия

нормативных актов; директор от своего имени, без оформления доверенности, осуществляет текущее руководство деятельностью Предприятия, осуществляет права его полномочного представителя.

В соответствии с пунктом 6.9 Устава МУП «ИИЦ «Усинская новь» директор выполняет функции и обязанности по организации и обеспечению деятельности Предприятия, в том числе обеспечивает выполнение производственных программ, договоров и иных обязательств, принятых Предприятием, обеспечивает материально-техническое снабжение, реализацию товаров и услуг, осуществляет юридическое, экономическое, бухгалтерское, информационное обеспечение деятельности Предприятия.

В силу пункта 6.11.1 Устава МУП «ИИЦ «Усинская новь» директор вправе делегировать отдельные свои права и полномочия подчиненным ему должностным лицам, что не снимает ответственности с директора.

Из вышеизложенного усматривается, что должностным лицом МУП «ИИЦ «Усинская новь», ответственным за соблюдение Предприятием законодательства о рекламе, является директор.

Согласно трудовому договору от 01.08.2008 на должность директора МУП «ИИЦ «Усинская новь» назначен <...> (далее – <...> Е.Е.).

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе произошло как по вине рекламопроизводителя и рекламораспространителя рассматриваемых реклам – МУП «ИИЦ «Усинская новь» и его должностного лица – директора Предприятия <...>а Е.Е., так и по вине рекламодателя – <...>а А.Н., нарушение ст. 16 Закона о рекламе произошло по вине рекламопроизводителя и рекламораспространителя – МУП «ИИЦ «Усинская новь» и его должностного лица – директора Предприятия <...>а Е.Е., нарушение ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя – <...>а А.Н.

Из материалов рекламного дела усматривается, что МУП «ИИЦ «Усинская новь», директором Предприятия <...>ым Е.Е. и <...>ым А.Н. не предпринято должных мер, направленных на соответствие реклам требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, МУП «ИИЦ «Усинская новь» и <...>ым Е.Е. нарушены требования ст. 16 и ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, <...>ым А.Н. нарушены требования ч. 7 ст. 5 и ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, <...> А.Н. указал, что полностью признает свою вину, пояснил, что рассматриваемая ситуация произошла по причине неосмотрительности с его стороны.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, МУП «ИИЦ «Усинская новь» указало, что рассматриваемая информация является не рекламой, а объявлением о проведении ярмарки.

Комиссия считает указанный довод МУП «ИИЦ «Усинская новь» несостоятельным в

связи с нижеследующим.

Пунктом 2 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» определено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, **имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования**, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Спорная информация содержит все правовые признаки рекламы, установленные п. 1 ст. 3 Закона о рекламе: распространена посредством размещения в газете «Усинская новь», адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: меховой ярмарке «Gianni», шубам, рассрочке, кредиту, формированию и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Именно с целью продвижения и формирования положительного отношения к указанным объектам в рассматриваемых рекламах приведены следующие фразы: «богатый выбор шуб по доступным ценам», «кредит без первоначального взноса», «рассрочка без первого взноса, без переплаты», что явно подчеркивает преимущество товаров, реализуемых на меховой ярмарке «Gianni», направлено на желание потребителей воспользоваться ими. В связи с чем, распространение рассматриваемой информации преследует именно рекламные цели.

Относительно отсутствия в текстах рассматриваемых реклам пометок «реклама» или «на правах рекламы» МУП «ИИЦ «Усинская новь» в письменных пояснениях указало, что в нижней части страниц, на которых размещаются реклама и объявления, имеется пометка «Объявления и реклама публикуются на правах рекламы».

Указанный довод Комиссия сочла несостоятельным на основании нижеследующего.

В материалах рекламного дела имеются оригиналы выпусков газет «Усинская новь», на страницах которых размещены рассматриваемые рекламы. Спорные рекламы размещены на страницах, имеющих заголовок «Реклама, объявления», в нижней части страниц размещена надпись «Объявления и реклама публикуются на правах рекламы». При этом рекламные сообщения не сформированы в виде отдельных блоков с указанием «реклама» или «на правах рекламы», а чередуются с иной информацией нерекламного характера. При таких обстоятельствах, рассматриваемые рекламы распространены в нарушение ст. 16 Закона о рекламе. Именно о таком подходе свидетельствует имеющаяся арбитражная судебная практика (Постановление [ФАС Поволжского округа от 19.01.2010 по делу № А12-12741/2009](#)).

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемые рекламы распространялись в газете «Усинская новь» с 03.10.2013 по 06.02.2014 на территории г. Усинска и Усинского района Республики Коми.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемых реклам не имеет места, что подтверждается оригиналом газеты «Усинская новь» № 103-107 от 13.03.2014.

В связи с добровольным устранением совершенного нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу МУП «ИИЦ «Усинская новь» и <...>у А.Н. предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащих реклам.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламы меховой ярмарки «Gianni», размещенные в газете «Усинская новь» на странице 15 № 489-492 от 03.10.2013, на странице 11 № 509-511 от 15.10.2013, на странице 12 № 512-515 от 17.10.2013, на странице 21 № 525-529 от 29.10.2013, на странице 11 № 530-534 от 31.10.2013, на странице 14 № 49-53 от 06.02.2014, ненадлежащими, поскольку в них нарушены требования ч. 7 ст. 5, ст. 16 и ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащих реклам МУП «ИИЦ «Усинская новь» и <...>у А.Н. не выдавать, поскольку распространение реклам, указанных в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении МУП «ИИЦ «Усинская новь» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении директора МУП «ИИЦ «Усинская новь» <...>а Е.Е. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...>а А.Н. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 20 мая 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.