



Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

## РЕШЕНИЕ

20 сентября 2013 года

(изготовление решения в  
полном объеме)

17 сентября 2013 года

(оглашение резолютивной  
части)

№ 03-01/8023

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 16-03/13, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...>ой (далее – ИП <...>а С.А.) по факту распространения на первой полосе газеты «Панорама столицы - Недвижимость» № 7 (65) от 25.02.2013 рекламы следующего содержания: «Любая мебель на заказ! StefySfmebel – Кухни, детские, шкафы-купе, гардеробные и т.д. – Офисная (для магазина, для детских садов) Ремонт мебели Распил Беспроцентная рассрочка, Кредит\* Доставка, установка, замеры – БЕСПЛАТНО + 2 года гарантии Скидка 7 % до конца февраля Время работы: пн-вс, 10.00-20.00 Тел. 56-44-54 Русский стандарт, Нафта кредит Реклама» с признаками нарушения требований ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие:

- ИП <...>ой С.А., надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения дела, письмом № 85 от 04.09.2013 (вх. № 802ф от 04.09.2013)

направившей ходатайство о рассмотрении дела в её отсутствие,

- <...>ой (далее – <...>а Н.Н.), надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения дела,

- индивидуального предпринимателя <...>а (далее – ИП <...> П.В.), надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, письмом вх. № 5397 от 17.09.2013 направившего ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие,

#### УСТАНОВИЛА:

Коми УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение рекламы, размещенной на первой полосе газеты «Панорама столицы - Недвижимость» № 7 (65) от 25.02.2013, следующего содержания: «Любая мебель на заказ! StefySfmebel – Кухни, детские, шкафы-купе, гардеробные и т.д. – Офисная (для магазина, для детских садов) Ремонт мебели Распил Беспроцентная рассрочка, Кредит\* Доставка, установка, замеры – БЕСПЛАТНО + 2 года гарантии Скидка 7 % до конца февраля Время работы: пн-вс, 10.00-20.00 Тел. 56-44-54 Русский стандарт, Нафта кредит Реклама» (далее – рассматриваемая реклама).

По указанному факту определением № 03-01/2471 от 26.03.2013 возбуждено дело № Р 16-03/13 по признакам нарушения ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе в отношении ИП <...>ой С.А.

Определением № 03-01/3185 от 11.04.2013 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечена <...>а Н.Н.

Определением № 03-01/6173 от 22.07.2013 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен ИП <...> П.В.

Из материалов дела № Р 16-03/13 (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 посредством размещения в печатном средстве массовой информации, а именно, на первой полосе газеты «Панорама столицы - Недвижимость» № 7 (65) от 25.02.2013;

– адресована неопределенному кругу лиц;

– направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – StеfySfmebel, любой мебели на заказ: кухням, детским, шкафам-купе, гардеробным, офисной мебели, ремонту мебели, распилу, беспроцентной рассрочке, кредиту, доставке, установке, замерам, «Русский стандарт», «Нафта кредит», формирование и поддержание интереса к ним, продвижение их на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная на первой полосе газеты «Панорама столицы - Недвижимость» № 7 (65) от 25.02.2013, является рекламой.

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 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 рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе финансовых услуг.

Из положений ч. 1 ст. 819 Гражданского Кодекса Российской Федерации 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.

Банком, согласно ст. 1 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1-ФЗ «О банках и банковской деятельности», является кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» **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. Финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в том числе кредитная организация.

Согласно письменной информации, представленной ИП <...>ым П.В. в материалы рекламного дела, на момент распространения рассматриваемой рекламы у ИП <...>а П.В. имелся договор, заключенный с ЗАО «Банк Русский Стандарт», предметом которого являлось установление порядка и условий взаимодействия сторон по организации безналичных расчетов, возникающих при обслуживании клиента, приобретающего у ИП <...>а П.В. товар с оплатой за счет

кредита. С указанной в рекламе организацией «Нафта кредит» ИП <...> П.В. договоров не заключал и не уполномочивал <...>у Н.Н. указывать в рекламе данную организацию.

ИП <...>ым П.В. в материалы рекламного дела представлен договор об организации безналичных расчетов № 11-8-0000170881 от 25.06.2012, заключенный между ИП <...>ым П.В. и ЗАО «Банк Русский Стандарт».

Таким образом, кредит, указанный в рассматриваемой рекламе, предоставляется банком, а именно, ЗАО «Банк Русский Стандарт», который является финансовой организацией, а его услуга по предоставлению кредита - финансовой услугой.

Согласно п. 1 ст. 54 Гражданского Кодекса Российской Федерации 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 Гражданского Кодекса Российской Федерации установлено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование.

В соответствии с частями 1 и 2 ст. 1473 Гражданского Кодекса Российской Федерации 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.

В рассматриваемой рекламе отсутствует полное наименование юридического лица, оказывающего финансовую услугу, а именно, не указана его организационно-правовая форма.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение 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 рекламоготовитель, и рекламодатель, и рекламодатель, и рекламодатель, и 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.

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

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

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

Рассматриваемая реклама размещена в газете «Панорама столицы - Недвижимость», учредителем которой, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 11-0136 от 16.02.2012, является ИП <...>а С.А.

Согласно письменной информации, представленной ИП <...>ой С.А. в материалы рекламного дела, рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является <...>а Н.Н., рекламодателем – ИП <...>а С.А.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, <...>а Н.Н. пояснила, что она является рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы, рекламодателем рекламы является ИП <...>а С.А.; реклама изготовлена ею и в электронном виде передана на размещение ИП <...>ой С.А.

ИП <...>ой С.А. и <...>ой Н.Н. в материалы рекламного дела представлена копия договора на производство и размещение информационно-рекламного материала, заключенного 03.03.2012 между ИП <...>ой С.А. (исполнитель) и <...>ой Н.Н. (заказчик). Согласно указанному договору заказчик поручает, а исполнитель принимает на себя обязательства по размещению информационно-рекламного материала заказчика, в том числе в газете «Панорама столицы - Недвижимость».

В материалах рекламного дела имеются копии следующих документов: счета на оплату № 218 от 04.02.2013; приходного кассового ордера № 323 от 15.12.2012 и квитанции к нему, согласно которым <...>ой Н.Н. оплачено размещение реклам в газете «Панорама столицы - Недвижимость» №№ 48-51, 1-10; акта № 238 от 26.02.2013, согласно которому услуги по размещению информационно-рекламного материала в газете «Панорама столицы - Недвижимость» №№ 4-7 выполнены ИП <...>ой С.А. полностью и в срок, заказчик (<...>а Н.Н.) претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет; а также копия электронной переписки по вопросу размещения рекламы.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>ым П.В. в материалы рекламного дела, 28.11.2012 между ИП <...>ым П.В. и <...>ой Н.Н. был заключен договор на изготовление мебели, в качестве формы расчета <...>а Н.Н. предложила ИП <...>у П.В. оказать услуги по размещению рекламы в газете «Панорама столицы - Недвижимость». 28.11.2012 между сторонами был заключен договор на оказание услуг по рекламно-информационному обслуживанию. ИП <...> П.В. предоставил в устной форме информацию о своей деятельности, которая с его слов была записана <...>ой Н.Н. и размещена в последующем в газете «Панорама столицы - Недвижимость».

Лицами, участвующими в деле, в материалы рекламного дела представлены

копии: договора на изготовление мебели, заключенного 28.11.2012 между ИП <...>ым П.В. и <...>ой Н.Н., согласно которому часть суммы от стоимости работ оплачивается заказчиком (<...>ой Н.Н.) взаиморасчетом путем размещения рекламы фирмы «Стефи мебель» в газете «Панорама столицы»; агентского договора на оказание услуг по информационно-рекламному обслуживанию, заключенного 28.11.2012 между <...>ой Н.Н. (агент) и ИП <...>ым П.В. (принципал).

Согласно указанному агентскому договору принципал поручает, а агент обязуется за предусмотренное договором вознаграждение совершать от своего имени, но за счет принципала сделки с третьими лицами для оказания услуг по размещению информационно-рекламного материала принципала в газете «Панорама столицы». Согласно пунктами 3.1, 3.1.1 агентского договора **принципал принимает на себя обязательство предоставлять агенту** в оговоренные с ним сроки **всю информацию и рекламные, информационные материалы**, необходимые для выполнения работ, предусмотренных настоящим договором.

В ходе рассмотрения рекламного дела 13.05.2013 <...>а Н.Н. пояснила, что **объект рекламирования определил ИП <...> П.В.**

Определением Коми УФАС России № 03-01/4134 от 13.05.2013 рассмотрение дела № Р 16-03/13 приостанавливалось в связи с необходимостью получения заключения специалистов ФАС России по рассматриваемым Комиссией обстоятельствам.

ФАС России письмом № АК/25647/13 от 03.07.2013 (вх. № 3990 от 18.07.2013), представленным в материалы рекламного дела, пояснило следующее.

Как следует из понятия рекламодателя, для признания лица таковым необходимо, чтобы оно определило объект рекламирования (в том числе выделило и обозначило тот товар, который необходимо рекламировать) и (или) определило содержание рекламы (в том числе указало, как именно должен рекламироваться товар). Индивидуальный предприниматель заключил агентский договор с физическим лицом, согласно которому предприниматель определил объект рекламирования – товар, продавцом которого выступает, а физическое лицо определило содержание рекламы. Учитывая изложенное, ФАС России полагает, что рекламодателем может быть признан как индивидуальный предприниматель, так и физическое лицо, поскольку каждое из данных лиц совершило действия, необходимые для признания лица рекламодателем.

Таким образом, из материалов рекламного дела усматривается, что **рекламодателями** рассматриваемой рекламы являются ИП <...> П.В., и <...>а Н.Н., **рекламопроизводителем** рассматриваемой рекламы является <...>а Н.Н., **рекламораспространителем** – ИП <...>а С.А.

Согласно данным, содержащимся в ЕГРИП, основным видом экономической деятельности ИП <...>а П.В. является производство мебели.

Согласно выписке из ЕГРИП № 991 от 10.01.2013 основным видом экономической деятельности ИП <...>ой С.А. является издательская деятельность.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена ИП <...>ым П.В. и ИП <...>ой С.А. с целью получения прибыли от их экономической

деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе произошло как по вине рекламодателя ИП <...>а П.В., так и по вине рекламодателя и рекламопроизводителя <...>ой Н.Н., а также по вине рекламораспространителя – ИП <...>ой С.А.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, ИП <...> П.В. указал, что не считает себя субъектом ответственности, в том числе рекламодателем рассматриваемой рекламы; по смыслу агентского договора, заключенного с <...>ой Н.Н., рекламодателем выступает <...>а Н.Н.

Указанный довод Комиссия сочла несостоятельным по следующим основаниям.

В рассматриваемом случае, наряду с <...>ой Н.Н., в качестве рекламодателя выступает и ИП <...> П.В. Следовательно, в силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе он также несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, как рекламодатель. Исключительной вины <...>ой Н.Н., как рекламодателя и рекламопроизводителя, в нарушении рекламного законодательства Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела не установлено. Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...> П.В., определив объект рекламирования, фактически заказав изготовление и размещение рекламы, в дальнейшем не предпринял достаточных мер по контролю её соответствия требованиям Закона о рекламе, что, в том числе и привело к рассматриваемому нарушению.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...>ым П.В., <...>ой Н.Н. и ИП <...>ой С.А. не предпринято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

**Таким образом, ИП <...>ым П.В., <...>ой Н.Н. и ИП <...>ой С.А. нарушены требования ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.**

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории г. Сыктывкара с 10 декабря 2012 г. по февраль 2013 г.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения ненадлежащей рекламы не имеет места, что подтверждается представленным <...>ой Н.Н. в материалы рекламного дела оригиналом газеты «Панорама столицы - Недвижимость» № 18 (789) от 13.05.2013, на первой полосе которой рассматриваемая реклама размещена с внесенными в её содержание изменениями в соответствии с требованиями ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

В связи с добровольным устранением совершённого нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ИП <...>у П.В., <...>ой Н.Н. и ИП <...>ой С.А. предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

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 рекламу следующего содержания: «Любая мебель на заказ! StefySfmebel – Кухни, детские, шкафы-купе, гардеробные и т.д. – Офисная (для магазина, для детских садов) Ремонт мебели Распил Беспроцентная рассрочка, Кредит\* Доставка, установка, замеры – БЕСПЛАТНО + 2 года гарантии Скидка 7 % до конца февраля Время работы: пн-вс, 10.00-20.00 Тел. 56-44-54 Русский стандарт, Нафта кредит Реклама», размещенную на первой полосе газеты «Панорама столицы - Недвижимость» № 7 (65) от 25.02.2013, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ИП <...>ой С.А., <...>ой Н.Н., ИП <...>у П.В. не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

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

Решение в полном объеме изготовлено 20 сентября 2013 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.