

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

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

от "10" ноября 2010 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ

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 –<.....> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,

в присутствии:

< > – представителя ООО «Центр города» по доверенности от 13.01.2010 года, < > ,

протокол вела <.....> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 46 по признакам нарушения ООО «Центр города» ч. 7 ст. 5, ст. 16, ч. 7 ст. 24, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного контроля за соблюдением печатными средствами массовой информации действующего рекламного законодательства было установлено, что в еженедельной газете «Центр Города Слободской» от 09.09.2010 № 36 (41) с нарушением ч. 7 ст. 5, ч. 7 ст. 24, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» были размещены рекламные модули следующего содержания:

Первая страница: «ООО «Радон» **Кредиты**, займы на жилье под материнский капитал без справок, залога, поручителей. Тел. 5-0<...>, 8-909-140-7<...>, 8-953-676-9<...>. г. Слободской, ул.<...>» (ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе»);

Седьмая страница: «магазин «Окна. Двери. Потолки» Требуется вызова замерщика на дом! Мы производим замеры бесплатно. Предъявителю купона СКИДКА в 1000 руб. на стальные квартирные двери. **Кредит**. Гарантия. Сервисное обслуживание. ТЦ «Гостиный двор» «ул. <...>» (ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе»).

Седьмая страница: «УРОЛОГ+УЗИ. Качественная диагностика урологических болезней (ультразвуковая, лабораторная). Современное, аппаратное лечение хронического простатита и его осложнений. Современное лечение проблем в половой сфере. Наблюдение больных с аденомой предстательной железы, мочекаменной болезнью. Лечение недержания мочи у женщин (в том числе у женщин пожилого и старческого возраста). Операции (эндоскопические, на предстательной железе, мочевом пузыре, лазерные, открытые. 8 (8332) 44-90-26» (ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе»);

Шестая страница: «СКПК «Альфа-Ресурс». Принимаем вклады от 18%, 20%, для пенсионеров-22%. Работает с материнским капиталом. Выдает кредиты. Ждем вас по адресу: г. Слободской, ул. <...> (здание Бизнес-Инкубатора), оф. № 11. Тел. 4-5<...>» (ч. 7 ст. 5 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе»);

Кроме того, газета «Центр города Слободской» (Свидетельство о регистрации СМИ от 30.11.2009 ПИ № ТУ 43-184) является изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера. Объем в нем составляет более 40 %. Однако, в нарушение требований ст. 16 Федерального закона «О рекламе» информация об указанной специализации отсутствовала на обложке газеты «Центр Города Слободской» от 09.09.2010 № 36 (41).

Учитывая тот факт, что при издании выпуска газеты «Центр Города Слободской» от 09.09.2010 № 36 (41) были нарушены ч. 7 ст. 5, ст. 16, ч. 7 ст. 24, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которые несет рекламопроизводитель и рекламодатель ООО «Центр города» (учредитель и издатель), то в отношении указанного Общества было возбуждено производство по делу.

На заседании Комиссии представитель ООО «Центр города» нарушение законодательства о рекламе признал.

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что ООО «Центр города» нарушены ч. 7 ст. 5, ст. 16, ч. 7 ст. 24, ч. 1 и п. 2 ч. 2 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.**

Модули «ООО «Радон...», «Магазин Окна. Двери. Потолки...», «Уролог+УЗИ...», «СКПК «Альфа-Ресурс...», размещенные ООО «Центр города» в еженедельной газете «Центр Города Слободской» от 09.09.2010 № 36 (41), соответствуют требованиям ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и являются рекламными.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

Статьей 4 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ банковские услуги отнесены к финансовым услугам, оказываемым финансовыми организациями. Кредитование является банковской услугой, осуществление которой возможно лишь на основании соответствующей лицензии. Частью 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама финансовых услуг должна содержать наименование лица их оказывающих.

ООО «Радон» не является банковской или кредитной организацией, а осуществляет посредническую деятельность по купле-продаже недвижимости. Магазин «Окна. Двери. Потолки» также не является финансовой организацией способной осуществлять кредитование. Однако помимо товаров, работ и услуг ООО «Радон» и магазин «Окна. Двери. Потолки»

дополнительно рекламируют финансовую услугу – кредит, при этом, не указывая наименование лица которое ее предоставляет.

Поэтому рекламные модули ООО «Радон» и магазин «Окна. Двери. Потолки» размещены с нарушением требований ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В рекламном модуле «УРОЛОГ+УЗИ» содержится указание на следующие услуги: Диагностика урологических болезней (ультразвуковая, лабораторная); Современное, аппаратное лечение хронического простатита и его осложнений; Современное лечение проблем в половой сфере; Наблюдение больных с аденомой предстательной железы, мочекаменной болезнью; Лечение недержания мочи у женщин (в том числе у женщин пожилого и старческого возраста); Операции (эндоскопические, на предстательной железе, мочевом пузыре, лазерные, открытые).

«Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг» ОК 004-93 (ред. от 01.02.2002) (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 06.08.1993 № 17) раздел услуги в области здравоохранения и в социальной области, «Общероссийский классификатор услуг населению» (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 28.06.1993 г. № 163 в ред. от 28.03.2008) вышеперечисленные услуги относятся к **медицинским**. Кроме этого, данный перечень услуг указан в приказах Минздрава РФ от 10.04.2001. г. № 113 «О введении в действие Отраслевого классификатора «Простые медицинские услуги» и от 16.07.2001 № 268 «О введении в действие Отраслевого классификатора «Сложные и комплексные медицинские услуги».

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама **лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов**. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - **не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства)**.

Рекламный модуль «УРОЛОГ+УЗИ» такого предупреждения не содержит, а соответственно размещен с нарушением требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы. Кроме того, пунктом 2 ч.2 ст. 28 Закона установлено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна, умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Статьей 4 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ кредитные потребительские кооперативы отнесены к финансовым организациям, оказывающим финансовые услуги.

При этом согласно ст. 6 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» кредитные потребительские кооперативы не вправе предоставлять займы и привлекать денежные средства у лиц, не являющихся членами кооператива.

Отсутствие в рекламном модуле существенной информации о том, что СКПК «Альфа-Ресурс» принимает денежные средства и выдает займы только членам кооператива, способно ввести потребителей в заблуждение относительно возможности пользования рекламируемыми услугами (ч. 7 ст. 5).

Кроме того, реклама СКПК «Альфа-Ресурс» содержит некоторые существенные условия в виде процентных ставок, которые выплачиваются на привлеченные денежные средства, а именно: 18%, 20%, для пенсионеров-22%. Отсутствие в рекламе других существенных условий, таких как: срок, размер, невозможность частичного снятия денежных сумм вклада, невозможность пополнения и т.д., способно ввести потребителей в заблуждение о реальной стоимости услуги и является нарушением требований как ч. 7 ст. 5, так и п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 16 Федерального закона «О рекламе» размещение рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, **которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации**.

Газета «Центр города Слободской» (Свидетельство о регистрации СМИ от 30.11.2009 ПИ № ТУ 43-184) является изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера. Объем рекламы в нем составляет более 40 %. Однако, в нарушение требований ст. 16 Федерального закона «О рекламе» информация об указанной специализации отсутствовала на обложке газеты «Центр Города Слободской» от 09.09.2010 № 36 (41).

Согласно ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ст. 16, ч. 7 ст. 24, ч. 1 ст. 28 несет рекламодатель. За нарушение ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 ответственность возложена на рекламодателя. Однако, рекламопроизводитель также может нести ответственность за нарушение ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Рекламодателем и рекламопроизводителем в соответствии с представленными документами является ООО «Центр города».

Указанное Общество, являясь профессиональным участником рекламного рынка, обязано знать требования действующего рекламного законодательства и предупреждать о возможных нарушениях рекламодателей. Однако в рассматриваемом случае именно ООО «Центр города» пренебрегло своими обязанностями, не предупредив рекламодателя – СКПК «Альфа-Ресурс» о возможном нарушении законодательства, изготовило рекламу с нарушением ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 и разместило ее в газете «Центр города Слободской».

Таким образом, нарушение рекламного законодательства произошло исключительно по вине рекламопроизводителя и рекламодателя ООО «Центр города».

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения по делу, допущенные нарушения рекламного законодательства устранены, Комиссия считает возможным предписание об устранении нарушения законодательства не выдавать.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Должностным лицом ООО «Центр города» является главный редактор СМИ «Центр

города Слободской» Фофанова Надежда Александровна, которая в соответствии с Уставом редакции газеты и ст. 19 Закона РФ «О средствах массовой информации» несет ответственность за соблюдение действующего законодательства и выпуск материалов газеты. Поэтому, именно она должна была предотвратить нарушение законодательства о рекламе. Комиссия считает необходимым привлечь главного редактора СМИ «Центр города Слободской» к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 16, ст. 24, ст. 28, ст. 33, ст. 36, ст. 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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, «ООО «Радон...», «Магазин Окна. Двери. Потолки...», «Уролог+УЗИ...», «СКПК «Альфа-Ресурс...», размещенную ООО «Центр города» в еженедельной газете «Центр Города Слободской» от 09.09.2010 № 36 (41), так как она противоречит требованиям ч. 7 ст. 5, ч. 7 ст. 24, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ООО «Центр города», нарушившим ч. 7 ст. 5, ст. 16, ч. 7 ст. 24, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» при издании и распространении газеты «Центр города Слободской».

3. ООО «Центр города» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

4. Передать материалы дела ведущему специалисту - эксперту Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении главного редактора СМИ «Центр города Слободской».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 15.11.2010 года.

Председатель Комиссии

<.....>