

## Постановление

о наложении штрафа по делу по делу № 08-05-15/14

об административном правонарушении

19 июня 2015 года

г. Мурманск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области Чеченина Светлана Адольфовна, действующая на основании статьи 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее КоАП РФ), пункта 7 части 2 статьи 33 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ (далее Закон о рекламе), рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 08-05-15/14, возбужденного в отношении должностного лица ООО «Чайка» главного редактора журнала «На высоте» <...> ,

### УСТАНОВИЛ:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области в результате мониторинга рекламы, распространяемой в печатных изданиях Мурманской области, был выявлен факт распространения рекламной статьи: «Новоторжская ярмарка. Как правильно выбрать шубу» в рекламно-информационном издании регионального журнала «На высоте» в № 1 (5) от января 2015 года на странице 51-55, с признаками нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе).

В рекламной статье директор Новоторжской ярмарки «За шубой» подробно рассказывает об изделиях из натурального меха, продаваемых на ярмарке, о бренде «Новоторжская ярмарка», на странице 55 в рекламе «Новоторжская ярмарка» предлагается кредит: «здесь кредит на выгодных условиях на любую шубу». В рекламе отсутствует наименование или имя лица, оказывающего услуги кредитования.

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).

В соответствии со статьей 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.

В соответствии с пунктами 2 и 3 статьи 3 Закона о рекламе:

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;

рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

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

Ненадлежащая реклама – это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4 статьи 3 Закона).

Рекламная статья: «Новоторжская ярмарка. Как правильно выбрать шубу» размещена в журнале «На высоте» январь 2015 на страницах 51-55.

Статья содержит интервью с директором Новоторжской ярмарки «За шубой» Н. Серовой. Статья поделена на рубрики, которые выделены красным шрифтом: «Новоторжская шуба-красота и мода на долгие годы»; «Новоторжская шуба-роскошь, доступная каждому»; «Новоторжские шубы-баланс цены, качества и красоты»; «Ищите шубу на Новоторжской ярмарке, потому что:», все страницы рекламной статьи содержат фотографии меховых изделий, демонстрируемых моделями с указанием названия меха и цен, на страницах 54 и 55 размещены фотографии торгового зала «С Новоторжской ярмарки с покупками!».

На странице 55 в рубрике «Ищите шубу на Новоторжской ярмарке, потому что:» перечисляются преимущества, в том числе:

-«Новоторжская ярмарка очень строго следит за качеством...»;

-«здесь гарантируется отличный сервис «горячая линия», удобный информативный сайт, правильная и понятная маркировка шуб и дубленок, наличие ценников»;

-«здесь кредит на выгодных условиях на любую шубу».

Из постраничного анализа статьи следует, что статья, содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц; формирует и поддерживает интерес к Новоторжской ярмарке и её товарам (изображены различные модели шуб с указанием цен); преследует строго заданные цели информирования: о «Новоторжской ярмарке» и продвижении товара, что следует из призыва «За шубой на Новоторжскую ярмарку!», в том числе предлагается приобрести шубы в кредит «здесь кредит на выгодных условиях на любую шубу».

Объектами рекламирования являются:

- бренд «Новоторжская ярмарка»

- меховые изделия (шубы, дубленки);

- финансовая услуга - "кредит", предоставляемый в связи с покупкой шуб.

ООО «Блюз» заключило 20 ноября 2014 года договор № 20-14 с ООО «Чайка».

ООО «Чайка» (ИНН 519001001, ОГРН 1135190009404 от 13.09.2013г., юр. адрес: 183038, г. Мурманск, ул. Челюскинцев 30, оф.415) по сведениям единого государственного реестра юридических лиц осуществляет издание журналов и периодических публикаций, рекламную деятельность.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ51-00271 от 16.09.2014 журнал «На высоте» специализируется в качестве рекламного СМИ, главный редактор ООО «Чайка» Г.Г.

Предметом Договора № 20-14 определено, что исполнитель ООО «Чайка» размещает в журнале «На Высоте» информационные сообщения Заказчика - ООО «Блюз» и предоставляет рекламное обслуживание.

Из приложения №1 к договору № 20-14 от 20.11.2014г следует, что стороны согласовали стоимость работ по размещению рекламного модуля формата В5/2 в журнале на Высоте № 5(январь) в количестве пяти страниц, а также фотопробы, отображающие расположение макета.

В материалах дела содержится электронная переписка представителей ООО «Блюз» и ООО «Чайка», что подтверждает согласования сторонами итогового макета рекламы.

Кроме того, сторонами представлен согласованный макет рекламы, который и был размещен в журнале «На Высоте» в январском номере 1 (5) на страницах 51-55.

Акт №2 от 12.01.2015г подтверждает, что размещение рекламного модуля в журнале «На высоте» в январе 2015 года выполнено полностью и в срок, без претензий по объему, срокам и оказанию услуг. Акт выполненных работ скреплен подписями и печатями сторон.

Текст рекламы свидетельствует о распространении помимо рекламы товара и организации, реализующей указанный товар, так и рекламу финансовых услуг - "кредита", предоставляемого в связи с покупкой указанного товара.

Правовое регулирование обязательств по кредиту осуществляется нормами Гражданского кодекса Российской Федерации, где в главе 42 установлены такие виды кредитования как: банковский, товарный и коммерческий.

Согласно пункту 1 статьи 819 Гражданского кодекса Российской Федерации по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

На основании статьи 822 Гражданского кодекса Российской Федерации сторонами может быть заключен договор, предусматривающий обязанность одной стороны предоставить другой стороне вещи, определенные родовыми признаками (договор товарного кредита).

Как определено в статье 823 Гражданского кодекса Российской Федерации, договорами, исполнение которых связано с передачей в собственность другой

стороне денежных сумм или других вещей, определяемых родовыми признаками, может предусматриваться предоставление кредита, в том числе в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ и услуг (коммерческий кредит), если иное не установлено законом.

Таким образом, каждый из предусмотренных Гражданским кодексом Российской Федерации видов кредитов имеет особенности при заключении договоров и их исполнении, которые могут влиять на оценку потребителей своих возможностей по фактическому приобретению товаров, работ, услуг.

Материалы дела свидетельствуют, что в рекламной статье «Новоторжская ярмарка», распространяемой Обществом, отсутствовали сведения, о каком именно кредите идет речь: товарном, коммерческом (отсрочка, рассрочка платежа и т.д.) или банковском.

В силу статьи 5 Федерального закона от 02.12.1990 N 395-1 "О банках и банковской деятельности" понятие кредит относится к банковским операциям, осуществление которых в силу статьи 13 данного Федерального закона производится на основании лицензии, выданной Центральным банком Российской Федерации.

Поскольку в вышеупомянутой рекламе содержится указание на предоставление рекламируемой услуги "кредит", то такая информация воспринимается потребителями, как предложение получения именно банковской услуги, что подтверждается представленными договорами.

По запросу Мурманского УФАС представлены копии договоров, которые заключены торговой организацией с банками: «Русфинанс Банк» (процентная ставка от 17% до 49,99%), «Сетелем Банк» (процентная ставка от 31,07%), «Ренесанс кредит» (процентная ставка от 30%), в целях предоставления банками кредитов клиентам торговой организации для приобретения товаров у организации.

Таким образом, торговая организация ООО «Респект» самостоятельно не оказывает услуги кредитования, указанный в рекламе «кредит» предоставляется покупателем меховых изделий «Новоторжская ярмарка» перечисленными банками, причем на разных условиях.

В данном случае в тексте рекламного объявления отсутствуют сведения для однозначного вывода о том, что кредит предоставляется Обществом в форме отсрочки платежа, а не банком. Следовательно, реклама должна соответствовать требованиям части 1 статьи 28 Закона о рекламе и содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги.

Согласно части 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

Статьей 7 Федерального закона от 02.12.1990 N 395-1 "О банках и банковской деятельности" закреплено, что кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Кредитная организация вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Фирменное наименование кредитной организации на русском языке и языках народов Российской Федерации может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции или в транскрипциях языков народов Российской Федерации, за исключением терминов и аббревиатур, отражающих организационно-правовую форму кредитной организации.

Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов "банк" или "небанковская кредитная организация".

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).

Указанные норма принята в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Как следует из пункта 24 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", в соответствии с частью 1 статьи 28 Закона о рекламе в рекламе должны быть указаны наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и иные финансовые услуги.

В нарушение нормы Закона о рекламе в рекламе «Новоторжская ярмарка «За шубой»... здесь кредит на выгодных условиях...» отсутствует требуемое законодательством наименование или имя лица, оказывающего услуги кредитования (для юридического лица – наименование).

Требование законодательства об указании в рекламе наименования или имя лица при рекламировании банковских, страховых и иных финансовых услуг служат целям идентификации юридических лиц и является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

27.05.2015г Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», признала ненадлежащей рекламу «Новоторжская ярмарка «За шубой»... здесь кредит на выгодных условиях...», размещенную в журнале «На Высоте» №1 (5) на страницах-51-55 не отвечающую требованиям части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 1 статьи 28 Закона возложена на рекламодателя.

Рекламодателем является должностное лицо ООО «Чайка» главный редактор журнала «На высоте» <...> .

Из материалов дела следует, что ООО «Чайка» провело внутреннее расследование и установило, что главный редактор <...> не выполнил свои должностные обязанности и допустил нарушение рекламного законодательства.

Согласно приказу ООО «Чайка» № 7 от 01.09.2014 года <...> назначен на должность главного редактора рекламно - информационного журнала «На высоте» 01.09.2015г.

В соответствии с должностной инструкцией главный редактор в своей деятельности руководствуется законодательством Российской Федерации и иными нормативно-правовыми актами, и отвечает за работу редакции, своевременное и качественное выполнение задач.

В письменных объяснениях главный редактор журнала «На высоте» <...> признает, что не проверил поступившую от ООО «Блюз» информацию, и разместил рекламу в журнале «На высоте» №1 (5) на страницах 51-55 с нарушением рекламного законодательства. Главный редактор <...> раскаивается и просит учесть, что правонарушение совершено непреднамеренно.

Таким образом, главный редактор ООО «Чайка» <...> не обеспечил соблюдение рекламного законодательства, допустив 23.12.2014 в г. Мурманске, ул. Челюскинцев, д.30, офис 415 размещение рекламы: «За шубой»,... здесь кредит на выгодных условиях...» в журнале «На Высоте» №1 (5) на страницах-51-55, с нарушением требований части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

В действиях <...> усматривается состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена части 1 статьи 14.3 КоАП РФ. Согласно части 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем законодательства о рекламе, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Согласно материалам дела <...> раскаялась в совершении административного правонарушения и представил до рассмотрения дела исполнение предписания об устранении допущенного нарушения, выданного Мурманским УФАС России.

Таким образом, при рассмотрении настоящего дела установлены обстоятельства смягчающие административную ответственность, предусмотренные пунктами 1 и 7 статьи 4.2 КоАП РФ.

А именно: 1) раскаяние лица, совершившего административное правонарушение; 7) добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) является обстоятельствами, смягчающими административную ответственность.

При рассмотрении настоящего дела обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьёй 4.3 КоАП РФ не установлено.

При назначении административного наказания учтены фактические обстоятельства дела, отсутствие отягчающих ответственность обстоятельств и наличие смягчающих обстоятельств.

О вине <...> в допущенном правонарушении свидетельствует тот факт, что у него имелась возможность для соблюдения требований Закона о рекламе, но им не были предприняты все зависящие от него меры по их соблюдению. <...> не проявил

осмотрительность и распространил рекламу с нарушением части 1 статьи 28 закона о рекламе.

Доказательства, подтверждающие отсутствие реальной возможности соблюдать требования действующего законодательства о рекламе с целью предотвращения совершения административного правонарушения, в материалах дела отсутствуют.

<...> уведомлен должным образом, ходатайствовал рассмотреть дело в его отсутствие (вх.№ 3775) и направить постановление на электронный адрес. Ходатайство удовлетворено, постановление вынесено в отсутствие <...>

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо, в отношении которого ведётся производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь статьями 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПОСТАНОВИЛ**

Признать виновным должностное лицо ООО «Чайка» редактора журнала «На Высоте» <...> в совершении нарушения части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ наложить на <...> штраф в размере 4 000 (четырёх тысяч) рублей.

Сумму штрафа надлежит уплатить в соответствующий бюджет:

Получатель УФК по Мурманской области (Мурманское УФАС России л/с04491195250) ИНН/КПП 5191501854/519001001.

Расчетный счет 40101810000000010005 в отделение Мурманск г. Мурманск. БИК 044705001.

Код платежа 16111626000016000140 «Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе».

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подаётся в суд в порядке, предусмотренном главой 30 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.