

## Постановление

### об административном правонарушении

№ 08-05-16/17

15 августа 2016 года

г. Мурманск

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области Попова Ирина Николаевна, 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 № 08-05-16/17 возбужденного в отношении директора МАУ «Городской информационный центр» редакция газеты «Заполярный вестник» <...>, свидетельствующие о нарушении требований части 1 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе),

#### УСТАНОВИЛА:

Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Мурманской области в рамках Соглашения об организации взаимодействия и сотрудничества направило в управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области материалы плановой проверки средства массовой информации – газеты «Заполярный вестник» №36(289) от 18.09.2015

В ходе изучения материалов проверки Мурманским УФАС России выявлено, что в газете «Заполярный вестник» №36(289) от 18.09.2015 на странице 4 размещена реклама: «Сбережения до 21% годовых Заполярный кредит НАДЕЖНО! 8<...>82, г. Заполярный, ул. Ленина, 1А... далее мелкий нечитаемый шрифт», с нарушением части 1 статьи 28 Закона о рекламе. Реклама выполнена шрифтами неодинакового размера, часть рекламы невозможно прочесть, т.к. текст содержит мелкие не различимые буквы, которые напоминает черную линию. Потребитель вводится такой рекламой в заблуждение, т.к. не может получить из рекламы полную и обязательную информацию о лице, которое её предлагает.

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.

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

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;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

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

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (далее - Закон N 135-ФЗ) под финансовой услугой понимается 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 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).

Согласно Уставу, утвержденному Постановлением администрации муниципального образования г. Заполярный Мурманской области от 01.07.2008 № 78 МАУ «Городской информационный центр» является юридическим лицом, предметом деятельности которого, является производство, выпуск и распространение городской информационной газеты, телевизионных и радиовещательных программ, других печатных информационных материалов и изданий.

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации № П ТУ51-00017 от 10.09.2008 газета «Заполярный вестник. Газета нашего города» является периодическим, русскоязычным изданием, специализирующимся на информационно-аналитической, политической, культурно-просветительной и развлекательной тематике; рекламы не более 40%.

Кредитный потребительский кооператив «Илма-кредит», согласно сведениям из единого государственного реестра юридических лиц, осуществляет прочее финансовое посредничество(65.2) и предоставление кредита(65.22).

В соответствии со статьёй 3 Федеральный закон от 18.07.2009 N 190-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "О кредитной кооперации" кредитный кооператив является некоммерческой организацией. Деятельность кредитного кооператива состоит в организации финансовой взаимопомощи членов кредитного кооператива (пайщиков) посредством:

1) объединения паенакоплений (паев) и привлечения денежных средств членов кредитного кооператива (пайщиков) и иных денежных средств в порядке, определенном настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами и уставом кредитного кооператива;

2) размещения указанных в пункте 1 настоящей части денежных средств путем предоставления займов членам кредитного кооператива (пайщикам) для удовлетворения их финансовых потребностей.

Кредитный потребительский кооператив «Илма-Кредит»(заказчик) заключило договор № 002-Г-15 на неопределенный срок с Муниципальным автономным учреждением «Городской информационный центр» муниципального образования городское поселение Заполярный Печенгского района(исполнитель) на размещение информационных материалов в городской информационной газете «Заполярный вестник. Газета нашего города».

Согласно акту об оказании услуг № 000117 от 18.09.2015 по договору № 002-Г-15 рекламный материал заказчика КПК «Илма-Кредит» в газете «Заполярный вестник. Газета нашего города» № 36(289) от 18.09.2015 опубликован: 18.09.2015, размером 35 см кв. по цене 45,00 на сумму 1575 рублей 00 копеек. Акт подписан сторонами и скреплен печатями без претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг.

Реклама «Сбережения до 21% годовых Заполярный кредит НАДЕЖНО! 8<...>82...» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц - размещена в периодическом печатном издании газете «Заполярный вестник. Газета нашего города»; формирует и поддерживает интерес к услуге «Сбережение до 21%»; преследует строго заданные цели продвижение услуги кооператива, призывая потребителей рекламы: «Заполярный кредит. НАДЕЖНО!» (указан бесплатная телефонная линия 88007002482, адрес получения услуги: Заполярный, ул. Ленина, 1А).

В рассматриваемой рекламе объектом рекламирования является:

- услуга по сбережению до 21%;

-организация, представляющая услугу.

Из анализа текста рекламы и способа его выполнения следует, что привлекательная информация «Сбережения до 21% годовых Заполярный кредит НАДЕЖНО! 8<...>82» выполнена крупным выделенным шрифтом от 5 до 9 мм и размещена в центре рекламного модуля на светлом фоне, менее привлекательная информация для инициатора рекламы, но значимая для потребителя рекламы, выполнена в рекламе мелким нечитаемым шрифтом 0,4мм в нижней части рекламного поля на черном фоне.

Из рекламы, выполненной таким образом, не следует, что услугу по сбережению средств представляет КПК «Илма-кредит».

Реклама финансовых услуг подчинена требованиям статьи 28 Закона о рекламе.

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).

Информация об организации, оказывающей услугу «сбережения», выполнена шрифтом, напоминающим прямую черную линию, проходящую под надписью

«Заполярный кредит».

Потребитель рекламы не получил из рекламы, размещенной на странице 4 в газете «Заполярный вестник. Газета нашего города» №36(289) от 18.09.2015 важную для него информацию о наименовании финансовой организации, которая была выполнена мелким не читаемым шрифтом.

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей.

Несмотря на формальное наличие в рекламе наименования лица, оказывающего услуги по сбережению денежных средств, форма и способ представления сведений были таковы, что они не воспринимались потребителями и фактически в рекламе отсутствовали.

Объективная сторона административного правонарушения.

Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 03.07.2016) "О банках и банковской деятельности" в статье 7 определил, 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".

Иные требования к фирменному наименованию кредитной организации устанавливаются Гражданским кодексом Российской Федерации.

В силу статьи 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. Юридическое лицо должно иметь одно полное фирменное наименование и вправе иметь одно

сокращенное фирменное наименование на русском языке.

В силу части 1 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Статья 1473 ГК РФ и часть 1 статьи 28 Закона о рекламе корреспондируют и устанавливают единые требования к наименованию юридического лица, закрепленного в учредительных документах.

Из пункта 24 постановления Пленума ВАС РФ N 58 следует, что в рекламе должны быть указаны наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и иные финансовые услуги.

Совокупно оценивая содержание рекламы с обстоятельствами ее размещения, способом и формой доведения рекламной информации до потребителя, а также принимая во внимание пункт 24 постановления Пленума ВАС РФ N 58 Комиссия Мурманского УФАС России признала рекламу «Сбережения до 21% годовых Заполярный кредит НАДЕЖНО! 8<...>82, г. Заполярный, ул. Ленина, 1А... далее мелкий нечитаемый шрифт», размещенная в газете «Заполярьный вестник» №36(289) от 18.09.2015 на странице 4 ненадлежащей и нарушающей часть 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование полного и неискаженного представления о наименовании финансовой организации при восприятии конкретного рекламносителя, в этой связи для соблюдения информационного права потребителя участники рекламного рынка должны обеспечить соблюдение обязательных требований рекламного законодательства и в конкретном случае наполнить рекламу информацией о полном или сокращенном наименовании лица.

Такая норма установлена законодателем частью 1 статьи 28 Закона о рекламе и обязывает к её исполнению рекламораспространителя.

Директор МАУ «Городской информационный центр» <...> сообщила, что учреждение не принимало участие в создании рекламы и не вносило в неё изменения, а лишь приняло к распространению. Определил содержание рекламы КПК «Илма-Кредит», который представил готовый к распространению макет рекламы. Очередность размещения макетов и их размер определял заказчик, поскольку от объема макета зависит стоимость размещения рекламы в газете, и именно рекламодатель определял какую сумму он готов потратить на каждую конкретную рекламу в одном выпуске.

Вместе с тем, директор МАУ «Городской информационный центр» редакции газеты «Заполярьный вестник» <...> подтвердила, что текст рекламы очень мелкий и его невозможно прочесть, а отдельные фразы вовсе напоминают прямые черные линии.

Договор № 002-Г-15 от 18.08.2015 на распространение вышеназванной рекламы подписал директор МАУ «Городской информационный центр» редакции газеты

«Заполярный вестник» <...>. Газета «Заполярный вестник» №36(289) подписана <...> в печать 16.09.2015 в 12.00.

Лицо, совершившее противоправные действия (Субъект административного правонарушения): рекламодатель – директор МАУ «Городской информационный центр» редакции газеты «Заполярный вестник» <...>.

Место совершения административного правонарушения: Российская Федерация, город Заполярный, Мурманская обл., ул. Ленина, д.6

Время совершения административного правонарушения: дата размещения рекламы - 18.09.2015г.

Объект данного административного правонарушения: общественные отношения, возникающие в связи необходимостью соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

Субъективная сторона административного правонарушения.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 1 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ несет рекламодатель – директор МАУ «Городской информационный центр» редакция газеты «Заполярный вестник» <...>.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП).

Санкцией за данное административное правонарушение является наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Вина директора МАУ «Городской информационный центр» <...> заключается в том, что она подписывая газету в печать предвидела вредные последствия, так как текст рекламы был не читабелен, но при этом бездействовала, не проявила осмотрительность, не предприняла всех зависящих от неё мер, при этом имея условия для соблюдения требований Закона о рекламе.

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

Директор МАУ «Городской информационный центр» <...> уведомлена надлежащим образом, почтовое отправление о назначении рассмотрения дела получено 04.08.2016 по месту нахождения организации. Ходатайств и дополнительных пояснений в адрес антимонопольного органа не поступало.

При рассмотрении дела должностное лицо учло ранее представленные лицом документы по существу дела и письменные объяснения.

<...> представила в Мурманское УФАС России два номера газеты до рассмотрения дела в доказательство того, что реклама с нарушением рекламного законодательства не распространяется.

Таким образом, при рассмотрении настоящего дела установлены обстоятельства смягчающие административную ответственность, предусмотренные статьёй 4.2 КоАП РФ.

А именно: добровольное устранение нарушения до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьёй 4.3 КоАП РФ не установлено.

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

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 2.1, 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

Признать виновным директора МАУ «Городской информационный центр» редакция газеты «Заполярный вестник» <...> в совершении нарушения части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на директора МАУ «Городской информационный центр» редакции газеты «Заполярный вестник» <...> 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.

**Заместитель руководителя управления Попова И.Н.**