

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении, предусмотренный частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее по тексту – КоАП РФ) в отношении <...> (должностного лица) филиала «Редакция газеты «Этнэ таны» <...> который на момент размещения ненадлежащей рекламы являлся <...> (должностным лицом) филиала «Редакция газеты «Этнэ таны», в отсутствие ответчика – <...>, руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 29.4 КоАП РФ,

УСТАНОВИЛ:

В ходе мониторинга средств массовой информации Управлением Федеральной антимонопольной службы по РТ (далее — Управление) установлен факт распространения в газете «Этнэ Таны» (выпуск от 09 сентября 2011г. №71 (1878)), на странице 4, рекламы следующего содержания: «Портал. Кредит. Рассрочка. Гарантия все компьютеры – 2 года... Воспользуйтесь шансом купить еще дешевле!!! Наш адрес: ... МЫ ЖДЕМ ВАС».

В содержании текста данной рекламы отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, наименование, имя лица, оказывающего услуги по предоставлению кредита, что образует признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ (далее — Закон «О рекламе»).

Согласно части 1 статьи 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 соответствии со статьей 4 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга - 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.

Пункт 1 статьи 3 Закона «О рекламе» определяет рекламу, как информацию, распространяемую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формированию или поддержанию интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования в данном случае являются: продажа компьютерной техники и оборудования, а также финансовая услуга (кредит).

Информация, распространявшаяся в газете «Этнэ Таны» (выпуск от 09 сентября 2011г. №71 (1878)), на странице 4, следующего содержания: «Портал. Кредит. Рассрочка. Гарантия все компьютеры – 2 года... Воспользуйтесь шансом купить еще дешевле!!! Наш адрес: ... МЫ ЖДЕМ ВАС», содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена в печатном издании; преследует

строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующими рекламодателями.

В рамках рассмотрения дела № 08-439/2011 ОАО «ТАТМЕДИА» представило договор о публикации рекламного материала № 23 от 23 августа 2011 г., заключенный между Филиалом ОАО «ТАТМЕДИА» и индивидуальным предпринимателем <...>.

Исходя из свидетельства о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС7-4791 от 30 ноября 2007 г. учредителем газеты «Этнэ таны» («Атнинская заря») является ОАО «ТАТМЕДИА».

Таким образом, ОАО «ТАТМЕДИА» является рекламодателем, а ИП <...> – рекламодателем рассматриваемого рекламного объявления.

В ходе рассмотрения дела в адрес Управления ОАО «ТАТМЕДИА» направила следующие письменные пояснения: «Согласно информации, представленной <...> филиала ОАО «ТАТМЕДИА», макет объявления принят сотрудником филиала (специалистом по рекламе) <...> и нарушение допущено по ее вине. При этом со стороны рекламодателя индивидуального предпринимателя <...> замечаний по размещенному объявлению не поступило».

31 октября 2011 г. от ИП <...> поступили договор № ПК-Т-8145-11 от 15 июля 2011 г., заключенный между ИП <...> и ОАО «ОТП Банк», также поступили письменные пояснения следующего содержания: «Я не знал и не был предупрежден сотрудником газеты «Этнэ Таны», что реклама содержит признаки нарушения части 1 статьи 28 Закона «О рекламе».

Комиссия, изучив имеющиеся материалы дела № 08-439/2011 и заслушав пояснения, пришла к следующим выводам.

В газете «Этнэ Таны» (выпуск от 09 сентября 2011г. №71 (1878)), на странице 4, распространялась реклама следующего содержания: «Портал. Кредит. Рассрочка. Гарантия все компьютеры – 2 года... Воспользуйтесь шансом купить еще дешевле!!! Наш адрес: ... МЫ ЖДЕМ ВАС».

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — это 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 пункте 2 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие объекта рекламирования — это 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.

Одним из объектов рекламирования в вышеуказанном рекламном объявлении является финансовая услуга – кредит.

Согласно договору, представленному ИП <...>, предоставление товаров в кредит потребителям осуществляется банком-партнером.

В соответствии с частью 1 статьи 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).

Текст рассматриваемого рекламного объявления свидетельствует о распространении ИП <...> помимо рекламы товара, также и рекламы финансовых услуг – кредита, предоставляемого в связи с покупкой указанного товара. В данной рекламе сведения о кредитной организации, представляющей кредит, отсутствуют.

Из смысла части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе» следует, что реклама должна содержать не всю информацию, а всю существенную информацию о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, не допускающую искажения смысла информации и введения в заблуждение потребителя рекламой. Закон обязывает формировать у потребителя рекламы правильное (достоверное) представление о соответствующем товаре.

В соответствии с Законом «О рекламе», реклама должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение.

Указание наименования финансовой организации, оказывающей услуги кредитования, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Таким образом, в указанном рекламном объявлении имеется указание на финансовую услугу – кредит, которая направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, существенной является также подробная информация, относящаяся к кредиту, поэтому отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о кредите приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым кредитом.

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона №135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции» финансовая услуга - 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.

Согласно письму ФАС России № АК/21149 от 8.11.2007 г., в случае если реклама указывает на предоставление финансовых услуг: «кредит», «автокредит», «лизинг» или же такие словосочетания, как «продажа в кредит», «предоставление кредита», «предоставление в лизинг», то такую рекламу следует рассматривать как рекламу финансовых услуг, и на нее распространяются требования статьи 28 Закона о рекламе.

Выдача кредита является финансовой услугой, оказываемой банком, таким образом, в размещенной рекламе должно содержаться наименование кредитной

организации, осуществляющей предоставление кредита.

Более того, тот факт, что в рекламе речь идет именно о банковском кредите, подтверждается представленным ИП <...> договором. Следовательно, в рекламе имеется в виду услуга, предоставляемая банком – кредит, являющаяся, исходя из действующего законодательства, финансовой услугой.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что рекламное объявление, распространявшееся в газете «Этнэ Таны» (выпуск от 09 сентября 2011г. №71 (1878)), на странице 4: «Портал. Кредит. Рассрочка. Гарантия все компьютеры – 2 года... Воспользуйтесь шансом купить еще дешевле!!! Наш адрес: ... МЫ ЖДЕМ ВАС», размещена с нарушением требований части 7 статьи 5 и части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе», а именно, в данной рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы, а именно в рекламе услуг, связанных с предоставлением кредита отсутствует наименование финансовой организации, оказывающей услуги кредитования.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Из положения части 7 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе» несет ответственность рекламодатель. Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ОАО «ТАТМЕДИА».

Решением Комиссии Татарстанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 08.11.2011г. вышеуказанная реклама признана ненадлежащей.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона «О рекламе», нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административном правонарушении.

Данный факт является нарушением федерального законодательства о рекламе, ответственность за которое предусмотрена статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31, 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.

На основании Решения от 08.11.2011г., по факту распространения в газете «Этнэ Таны» (выпуск от 09 сентября 2011г. №71 (1878)), на странице 4, ненадлежащей рекламы, должностным лицом Татарстанского УФАС России было возбуждено административное дело №А08-141/2012 в отношении ОАО «ТАТМЕДИА». При этом, назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо (часть 3 статьи 2.1 КоАП РФ).

В соответствии со статьей 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, к административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

К элементам состава административного правонарушения, предусмотренный частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, относятся: объект; объективная сторона; субъект; субъективная сторона.

Объект правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ – общественные отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы. Данные общественные отношения регулируются законодательством о рекламе – Федеральным законом от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

Объективная сторона административного правонарушения по делу №А08-143/2012 выразилось в ненадлежащем исполнении <...> своих служебных обязанностей, в результате чего была размещена ненадлежащая реклама.

Субъект правонарушения – <...>.

Субъективная сторона правонарушения характеризуется виной в форме умысла. В соответствии с частью 1 статьи 2.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично.

Таким образом, <...> (должностное лицо) допустил административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, выразившееся в распространении ненадлежащей рекламы.

Административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, относится к административным правонарушениям с формальным составом.

Ответственность за указанные деяния наступает независимо от возникновения или не возникновения общественно опасных последствий. Наступление общественно опасных последствий при совершении правонарушений с формальным составом

презюмируется самим фактом совершения действий или бездействия.

При назначении наказания должностным лицом Управления учитывается степень и характер совершенного правонарушения, все обстоятельства дела, а также факт совершения правонарушения впервые.

Руководствуясь ч.1 ст. 14.3, ст. 23.48, ч.2 ст. 25.1, ч.1 ст. 29.9, ст. 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Наложить на <...> (должностное лицо) за ненадлежащую рекламу штраф в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.

Штраф должен быть оплачен плательщиками в доход бюджета на счет 40101810800000010001 по следующим реквизитам:

Банк получателя: ГРКЦ НБ Республики Татарстан Банка России;

Получатель: УФК РТ (Татарстанское УФАС России)

ИНН получателя: ИНН 1653003714/165501001

БИК Банка: 049205001

ОКАТО: ОКАТО ИМНС по месту регистрации;

КБК: 161 116 26000 01 6000 140

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с пунктом 7 части 21 Федерального закона от 02.10.2007 № 229-ФЗ «Об исполнительном производстве» постановление о наложении штрафа может быть предъявлено к исполнению в течении двух лет со дня их вступления в законную силу.

В соответствии с ч.3 ст.30.1 и ч.1 ст.30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ч.1 ст.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.