

# ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

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

от "01" апреля 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 – <.....> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....>.- вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, в присутствии:  
<>.....> – представителя ООО «Карат» по доверенности , < >,  
<.....> – представителя Управления Роскомнадзора по Кировской области по доверенности , < >,  
протокол вел <.....> – вед. специалист - эксперт отдела финансовых рынков и рекламы;  
рассмотрев дело № 7 по признакам нарушения ООО «Карат» ст. 16 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

## УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступили три обращения Управления Роскомнадзора по Кировской области по нарушению ООО «Карат» ст. 16 Федерального закона «О рекламе» при издании и распространении газет «Бизнес новости в Кирове», «Яищу», «Источник новостей».

Факты нарушения были выявлены при проведении в феврале 2010 плановых мероприятий по контролю соблюдения законодательства о средствах массовой информации редакциями газет «Бизнес новости в Кирове», «Яищу», «Источник новостей». Нарушение заключается в следующем.

Газеты «Бизнес новости в Кирове» (Свидетельство о регистрации СМИ от 20.11.2008 ПИ № ТУ 43-76), «Яищу» (Свидетельство о регистрации СМИ от 02.02.2009 ПИ № ТУ 43-97), «Источник новостей» (Свидетельство о регистрации СМИ от 19.06.2008 ПИ № ТУ 43-19) являются изданиями, специализирующимися на сообщениях и материалах рекламного характера. Объем в них составляет более 40 %. Однако, в нарушение требований ст. 16 Федерального закона «О рекламе» информация об указанной специализации отсутствовала на обложке газет: «Бизнес новости в Кирове» (№ 4 (60) от 01.02.2010); «Яищу» (№ 38 от 31.10.2009); «Источник новостей» (№ 6 (153) от 05.02.2010).

Кроме того, при проведении мониторинга размещения рекламы в периодических печатных изданиях антимонопольным органом было установлено, что в газете «Бизнес новости в Кирове» от 22.02.2010 № 7 (63) на странице 29 размещались рекламные модули следующего содержания: «Киров автоконсалтинг. Автоперевозки по всей России. Полный пакет документов. Любая форма оплаты. **Страхование** грузов по желанию заказчика. Ул. Базовая, 2, тел. 704-375, 704-376, 704-377», «**Автоломбард**. Деньги под залог любого авто. 7-8888-9». Модуль с рекламой «**автоломбарда**» с аналогичным содержанием размещался также в газете «Источник новостей» на странице 21 в № 6 (153) от 05.02.2010.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ ломбарды и страховые организации отнесены к финансовым организациям, оказывающим финансовые услуги. Частью 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама финансовых услуг должна содержать наименование лица их оказывающих. В указанных выше модулях наименование лица, оказывающего услуги ломбардов и страхование отсутствует.

Учитывая то, что за нарушение требований ст. 16 и ч. 1 ст. 28 в соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламораспространитель, в отношении ООО «Карат» учредителя и издателя газет «Бизнес новости в Кирове», «Яищу», «Источник новостей» было возбуждено производство по делу.

На заседании Комиссии представитель заявителя – <.....> заявленные требования поддержал.

Представитель ответчика – <.....> нарушение законодательства о рекламе признал.

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы сторон, Комиссия установила, что ООО «Карат» нарушена ст. 16 и ч. 1 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 «Киров автоконсалтинг. Автоперевозки по всей России. Полный пакет документов. Любая форма оплаты.

**Страхование** грузов по желанию заказчика. Ул. <...>, тел. 704-<...>, 704-<...>, 704-<...>», «**Автоломбард**. Деньги под залог любого авто. 7-8888-9», размещенные в газете «Бизнес новости в Кирове» от 22.02.2010 № 7 (63) на странице 29 и модуль с рекламой «**автоломбарда**» аналогичного содержания, размещенный в газете «Источник новостей» на странице 21 в № 6 (153) от 05.02.2010 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.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ ломбарды и страховые организации отнесены к финансовым организациям, оказывающим финансовые услуги. Частью 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама финансовых услуг должна содержать наименование лица их оказывающих.

В указанных выше модулях наименование лица, оказывающего услуги ломбардов и страхование отсутствует, что является

нарушением требований ч. 1 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.**

Газеты «Бизнес новости в Кирове», «Яищу» «Источник новостей» являются изданиями, специализирующимися на сообщениях и материалах рекламного характера. Объем в них составляет более 40 %. Однако, в нарушение требований ст. 16 Федерального закона «О рекламе» информация об указанной специализации отсутствовала на обложке газет: «Бизнес новости в Кирове» (№ 4 (60) от 01.02.2010); «Яищу» (№ 38 от 31.10.2009); «Источник новостей» (№ 6 (153) от 05.02.2010).

Согласно ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований ст. 16 и ч. 1 ст. 28 Закона ответственность несет рекламодатель, которым в данном случае является ООО «Карат» учредитель и издатель газет «Бизнес новости в Кирове», «Яищу», «Источник новостей». Поэтому нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «Карат». Так как на момент рассмотрения дела ненадлежащая реклама финансовых услуг, не размещается, а информация о специализации изданий содержится на обложке газет, Комиссия решила ООО «Карат» предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе 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.

При этом, новая редакция статьи 14.3 введена в действие **Федеральным законом от 28.12.2009 N 380-ФЗ (вступила в силу 01.04.2010).**

Правонарушение не является длящимся, и было совершено ООО «Карат» до вступления изменений в силу в ст. 14.3 КоАП РФ, т.е. до 01.04.2010.

Поэтому в данном случае следует применять положения прежней редакции ст. 14.3, так как санкция статьи действующей на момент принятия решения, ухудшает положение правонарушителя (минимальный размер штрафа 100000 (сто тысяч) рублей), а потому обратной силы не имеет.

В соответствии с прежней редакцией ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламодателем или рекламопроизводителем законодательства о рекламе 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 сорока тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым привлечь ООО «Карат» к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 16, 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, «Киров автоконсалтинг. Автоперевозки по всей России. Полный пакет документов. Любая форма оплаты. **Страхование** грузов по желанию заказчика. Ул.<...> тел. 704-<...>, 704-<...>, 704-<...>», «**Автоломбард**. Деньги под залог любого авто. 7-88<...>», размещенные в газете «Бизнес новости в Кирове» от 22.02.2010 № 7 (63) на странице 29 и модуль с рекламой «**Автоломбард**. Деньги под залог любого авто. 7-88<...>», размещенный в газете «Источник новостей» на странице 21 в № 6 (153) от 05.02.2010, так как она противоречит требованиям ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ООО «Карат», нарушившим ст. 16 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» при издании и распространении газет «Бизнес новости в Кирове», «Яищу», «Источник новостей».

3. ООО «Карат» 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 ООО «Карат».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 06.04.2010 года.

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии

<.....>

<.....>