



**АРБИТРАЖНЫЙ СУД НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**  
Большая Московская улица, дом 73, Великий Новгород, 173020  
<http://novgorod.arbitr.ru>

**Именем Российской Федерации**

## **Р Е Ш Е Н И Е**

Великий Новгород

Дело № А44-6439/2011

16 февраля 2012 года

09 февраля оглашена резолютивная часть решения  
16 февраля решение изготовлено в полном объеме  
Арбитражный суд Новгородской области в составе:  
судьи Лариной И.Г.,  
при ведении протокола судебного заседания  
секретарем судебного заседания Степановой Д.В.  
рассмотрев в судебном заседании дело по исковому заявлению:  
ФГУП "Почта России" в лице УФПС Новгородской области - филиала ФГУП "Почта России" (ИНН 7724261610, ОГРН 1037724007276, 173000, РОССИЯ, Великий Новгород, ул. Дворцовая, д. 2\1)  
к Управление Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области 173002, РОССИЯ, Великий Новгород, Воскресенский бульвар, д. 3)  
о признании недействительными решения № 4094/03 от 02.11.2011 г. и предписания от 09.11.2011 года №4095/03  
при участии  
от истца (заявителя): представитель Деньгова С.А., доверенность от 11.07.2011 года № 35  
от ответчика: не явился, извещен надлежаще

у с т а н о в и л :

Федеральное государственное унитарное предприятие "Почта России" в лице Управления федеральной почтовой связи Новгородской области - филиала ФГУП "Почта России" (далее – предприятие) обратилось в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – управление) от 02.11.2011 года № 4094/03 и предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе от 09.11.2011 года № 4095/03.

В судебном заседании заявитель уточнил требования и просил признать оспариваемые решение и предписание незаконными.

В обоснование своих требований заявитель сослался на то, что реклама, размещенная предприятием в газете «Новгород», не обоснованно признана ненадлежащей, так как рекламировались не финансовые услуги, а деятельность самого предприятия. Это следует как из текста рекламного объявления, так и из графического изображения. Шрифтом и цветом в рекламе выделено название предприятия, а изображенное в центре портмоне символизирует «Почту России» с её многочисленными отделениями. В рекламе также содержится указание на источник дополнительной информации.

Управление заявленные требования не признало по причинам, изложенным в отзыве.

Рассмотрение дела прерывалось в соответствии со статьей 163 АПК РФ.

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения представителя заявителя, суд не находит оснований для удовлетворения заявленных требований.

При рассмотрении дела установлено, что в ходе проверки специалистами управления рекламы в средствах массовой информации на предмет ее соответствия требованиям Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее – Закон о рекламе) было установлено, что 12 мая 2011 года в периодическом издании – газете «Новгород» за №18(1085) на странице 11 было опубликовано рекламное объявление под заголовком «На почте это просто! Почта России» следующего содержания: «Открой вклад. Получи кредит. Оформи страховку. Подробности узнавайте у операторов ФГУП «Почта России», Лицензия Мининформсвязи РФ А025271 №25577».

6 октября 2011 года управлением возбуждено дело №45 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решением комиссии управления по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе от 02.11.2011 года №4095/03 указанная реклама признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 и части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Федеральному государственному унитарному предприятию «Почта России», являющемуся рекламодателем и рекламопроизводителем этой рекламы, выдано предписание от 09.11.2011 года о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Не согласившись с решением и предписанием управления, предприятие обжаловало их в арбитражный суд в порядке статьи 198 АПК РФ.

Согласно положениям [части 4 ст. 200 АПК РФ](#) при рассмотрении дел об оспаривании ненормативных правовых актов, решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц Арбитражный суд в судебном заседании осуществляет проверку оспариваемого акта или его отдельных положений, оспариваемых решений и действий (бездействия) и устанавливает их соответствие закону или иному нормативному правовому акту, устанавливает наличие полномочий у органа или лица, которые приняли оспариваемый акт, решение или совершили оспариваемые действия (бездействие), а также устанавливает, нарушают ли оспариваемый акт, решение и действия (бездействие) права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Статьей 33 Закона о рекламе установлено, что антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе:

- 1) предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе;
- 2) возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

При этом антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Таким образом, оспариваемое решение принято и предписание выдано управлением в пределах своих полномочий.

В [пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе](#) указано, что реклама - 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 силу [пунктов 5 - 7](#) статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламопроизводителем - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, а рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

ФГУП «Почта России» является рекламодателем и рекламопроизводителем рекламного объявления, размещенного в газете «Новгород» от 12.05.2011 года, что подтверждается информацией, представленной в управление ООО «Медиа Реклама» (вх. №5260 от 23.08.2011 года), ООО «Айдиа Групп» (вх. №6195 от 04.10.2011 года), и заявителем не оспаривается.

В соответствии с [пунктом 2 статьи 3](#) Закона о рекламе объектом рекламирования является 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.

Из [пункта 3 статьи 3](#) Закона о рекламе следует, что товар это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В указанном рекламном объявлении кроме рекламы самого предприятия рекламируются также услуги: привлечение денежных средств во вклады, предоставление кредита, страхование.

Согласно определению, содержащемуся в пункте 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №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.

Исходя из этого определения, а также в соответствии со статьей 5 Закона РФ от 02.12.1990 года №395-1 «О банках и банковской деятельности», статьями 819, 834, 927 Гражданского кодекса РФ, управлением сделан обоснованный вывод о том, что перечисленные в рекламном объявлении услуги являются финансовыми услугами.

Требования к рекламе финансовых услуг содержатся в статье 28 Закона о рекламе. Из [части 1 этой статьи](#) следует, что 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).

Из материалов дела (л.д. 54-76) следует, что, согласно договорам об оказании агентских услуг, привлечение денежных средств во вклады и предоставление кредита через подразделения почты осуществляет ЗАО «Гинькофф Кредитные Системы» Банк», страхование – ЗАО «Страховая компания «Авива». Однако в рекламном объявлении информация об этих лицах отсутствует, несмотря на то, что требования части 1 статьи 28 Закона о рекламе обязательны независимо от того, что финансовые услуги оказываются иными лицами по договорам об оказании агентских услуг. При этом, указанная информация должна содержаться в самой рекламе, поэтому довод заявителя о том, что в рекламе имеется ссылка на источники информации, несостоятелен.

Аргумент заявителя о том, оказание таких услуг предусмотрено статьей 18 Федерального закона от 17.07.1999 года №176-ФЗ «О почтовой связи», не может быть принят во внимание, так как оспариваемое решение принято управлением не в связи с

осуществлением предприятием незаконной деятельности, а в связи с нарушением им Закона о рекламе.

Довод заявителя о том, что с помощью текста, шрифта и изображения в рекламе привлекалось внимание к работе самого предприятия, также несостоятелен, так как ввиду отсутствия в рекламе наименований лиц, оказывающих финансовые услуги, создается впечатление, что услуги оказывает само предприятие. Тем самым создается угроза введения в заблуждение потребителей рекламы.

В пункте 4 статьи 3 Закона о рекламе указано, что ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Из части 7 статьи 5 Закона о рекламе следует, что не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В связи с изложенным, вывод управления о том, что размещенная предприятием реклама является ненадлежащей, правомерен.

Статьей 38 Закона о рекламе установлено, что ответственность за нарушение части 1 статьи 28 этого Закона несет рекламодатель (часть 6) или рекламопроизводитель (часть 8). Учитывая, что предприятие является и рекламодателем и рекламопроизводителем указанной рекламы, управление обоснованно выдало ему предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь ст.ст. 167-170, 176, 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, арбитражный суд

#### РЕШИЛ:

В удовлетворении требований Федерального государственного унитарного предприятия «Почта России» в лице филиала – Управления Федеральной почтовой службы Новгородской области о признании незаконными решения от 02.09.2011 года №4094/03 и предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе от 09.11.2011 года №4095/03, вынесенных Управлением Федеральной антимонопольной службы, отказать, в связи с не установлением нарушений части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», статьи 18 Федерального закона от 17.07.1999 года №176-ФЗ «О почтовой связи».

Решение может быть обжаловано в Четырнадцатый арбитражный апелляционный суд (г.Вологда) через Арбитражный суд Новгородской области в месячный срок со дня его принятия.

Судья

И.Г. Ларина