

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

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

от " 14" октября 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 – <.....> – зам. руководителя управления и членов Комиссии – <.....> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> – ведущего специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы;
в присутствии:
< > – директора ЗАО «Телекомпания Гранд ТВ»;
< > – директора ООО РИА «Медиа-Аналитик»;
< > – представителя по доверенности . ООО «Стар Плюс Киров»;
< > – представителя по доверенности ООО «Стар Плюс Киров»;
протокол вела <.....> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;
рассмотрев дело № 38 по признакам нарушения ООО РИА «Медиа-Аналитик» и ООО «Стар Плюс Киров» п. 1 ч. 2, п. 1 и 13 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области обратились ООО «Топ-Медиа» и ЗАО «Телекомпания Гранд-ТВ» с совместным заявлением о нарушении рекламного законодательства при размещении в период с 20 по 30 июля 2010 года в печатных изданиях: «Комсомольская правда», «Вятский наблюдатель» и в Интернете на информационном портале «Вятка на сети», рекламной информации об исследованиях по определению рейтинговых телеканалов и телепрограмм местного производства.

По мнению заявителей, нарушение заключается в следующем.

В еженедельном печатном издании «Комсомольская правда» № 29-т (25527-т) от 22-29.07.2010г. на 7 странице в рубрике «Взрослые игры» опубликована статья под названием: «**Какие телеканалы смотрят жители области. 45% опрошенных ответили, что чаще всего включают «ТНТ-43 Регион».** Статья сопровождается пометкой «реклама».

В печатном издании «Вятский наблюдатель» № 29 (629) от 16.07.2010г. на 17 странице в рубрике «Рейтинги» опубликована статья под названием: «**Наиболее популярное областное телевидение: какие каналы смотрят жители области.**» Статья сопровождается пометкой «реклама».

15.07.2010г. в Интернете на информационном портале «Вятка на сети» опубликована статья под названием «**Какие телеканалы наиболее популярны у жителей Кировской области.**»

В вышеуказанных СМИ и сети Интернет была размещена рекламная информация об исследованиях, проведенных региональным информационным агентством «Медиа-Аналитик» по тематике телесмотрения в Кировской области и определения так называемых «рейтингов» телеканалов и телепрограмм местного производства. Данные исследования проводились в различных районах Кировской области. В исследованиях указаны доли городских телеканалов, которые фактически не осуществляют вещание в данных районах, т.е. телеканалы изначально были поставлены в неравные условия.

Кроме того, основная аудитория респондентов выбрана в возрасте от 25 до 34 лет, что значительно сузило число потенциальных респондентов.

Таким образом, по мнению заявителей, итоги исследований, отраженных в вышеуказанных СМИ, искажают реальную ситуацию в долях и рейтингах телеканалов и не соответствуют действительности.

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В силу п. 1 и 13 ч. 3 ст. 5 вышеуказанного закона, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар.

Рекламодателем спорных статей, размещенных в печатных изданиях: «Комсомольская правда» и «Вятский наблюдатель», в соответствии с договорами № 149 от 15.07.2010 года и № 75 от 20.07.2010 года, является ООО «Стар Плюс Киров».

Из представленных в антимонопольный орган документов следует, что содержание спорной статьи, размещенной в Интернете на информационном портале «Вятка на сети», определило ООО Региональное информационное агентство «Медиа-Аналитик».

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение п. 1 ч. 2, п. 1 и 13 ч. 3 ст. 5 несет рекламодатель. Учитывая изложенное, в отношении ООО «Стар Плюс Киров» и ООО Региональное информационное агентство «Медиа-Аналитик» было возбуждено производство по делу, рассмотрение которого назначено на 29.09.2010г.

ООО «Топ-Медиа» направило ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие, которое было удовлетворено.

К заседанию комиссии, от ООО РИА «Медиа-Аналитик» и ООО «Стар Плюс Киров» документы, запрошенные определением о возбуждении дела № 38, поступили не в полном объеме.

В связи с необходимостью получения документов и дополнительных доказательств, рассмотрение дела было продлено и отложено на 14.10.2010г.

На заседаниях комиссии стороны пояснили следующее.

Представитель заявителя – директор ЗАО «Телекомпания Гранд-ТВ» < >, изложенные в заявлении требования поддержал, дополнительно пояснив, что данное исследование носит преднамеренный характер. В связи с этим просит виновных лиц привлечь к соответствующей ответственности.

Директор ООО РИА «Медиа-Аналитик» < >, в своих письменных объяснениях и на заседаниях Комиссии пояснила следующее:<.....>

Представители ООО «Стар Плюс Киров» на заседаниях Комиссии и в письменных объяснениях пояснили следующее: <.....>

Изучив имеющиеся документы и выслушав всех лиц, участвующих в деле, Комиссия установила, что ООО РИА «Медиа-Аналитик» нарушило п. 1 ч. 2, п. 1, 13, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе»; ООО «Стар Плюс Киров» нарушило п. 1 и 4 ч. 2, п. 1, 11, 13, 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «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.**

Информация о рейтингах телеканалов, размещенная в газете «Комсомольская правда» № 29-т (25527-т) от 22-29.07.2010г. в статье под названием: «**Какие телеканалы смотрят жители области. 45% опрошенных ответили, что чаще всего включают «ТНТ-43 Регион»**», в газете «Вятский наблюдатель» № 29 (629) от 16.07.2010г. в статье под названием: «**Наиболее популярное областное телевидение: какие каналы смотрят жители области»**, а также на информационном портале «Вятка на сети» в статье под названием «**Какие телеканалы наиболее популярны у жителей Кировской области**» полностью соответствует понятию ст. 3 Закона и является рекламой. Данная информация направлена на привлечение внимания рекламодателей, готовых разместить рекламу на телевидении, так как подчеркивается, что именно телеканал «ТНТ-43 Регион» и его новостные передачи смотрит большее количество телезрителей, которые являются потребителями рекламы.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

Из содержания вышеуказанных статей следует, что внимание неопределенного круга потребителей обращено на конкретный хозяйствующий субъект – телекомпанию «ТНТ – 43 Регион» (организация вещатель ООО «Стар Плюс Киров»). В статьях акцентируется внимание на то, что в результате опроса телезрителей, проведенного ООО РИА «Медиа-Аналитик» в районах Кировской области и г. Кирове, телекомпания «ТНТ-43 Регион» вышла на первое место в рейтинге телеканалов (телепрограмм) по следующим показателям:

- по рейтингу новостных передач «Новости 43 регион» вышли на первое место (их отметили в качестве ведущей новостной передачи 54% опрошенных);

- по ежедневному просмотру телевизионных передач телеканал «ТНТ-43 Регион» также вышел на первое место (45% опрошенных респондентов).

При этом, по результатам опроса респондентов указаны главные факторы, влияющие на популярность телеканалов:

1. Широта охвата территории области вещанием.

2. Сочетание в вещании развлекательных и информационных передач, удовлетворяющих потребностям телезрителей.

Как следует из документов, имеющихся в материалах дела, исследование проводилось по следующим телеканалам: «ТНТ- 43 Регион» (организация вещатель – ООО «Стар Плюс Киров»), «Россия -1» и «Россия-24» (организация вещатель - ГТРК «Вятка»), СТС- 9 Канал (организация вещатель – ЗАО «Телекомпания 9 Канал»), 33 канал (организация вещатель – ООО «Город-ТВ»), РЕН ТВ (Рен-Киров) (организация вещатель – ЗАО «Телекомпания Гранд-ТВ»).

Согласно документам, представленным Кировским ОРТПЦ и Управлением Роскомнадзора по Кировской области, площадь охвата территории у вышеуказанных телевизионных каналов следующая:

- территория вещания телевизионного канала «СТС – 9 Канал» распространяется на г. Киров (в зоне уверенного приема дополнительно охватывает отдельные территории ближайших районов: Кирово-Чепецкого, Орловского, Оричевского, Юрьянского); вещание осуществляется на частотном канале – 9 ТВК с помощью **одного передатчика**, ежедневно и круглосуточно;

- территория вещания телевизионного канала «33 канал» распространяется на г. Киров (в зоне уверенного приема дополнительно охватывает отдельные территории Кирово-Чепецкого района); вещание осуществляется на частотном канале 33 ТВК с помощью **одного передатчика**, ежедневно и круглосуточно;

- территория вещания телевизионного канала «РЕН ТВ» (Рен Киров) распространяется на г. Киров (в зоне уверенного приема дополнительно охватывает отдельные территории ближайших районов: Кирово-Чепецкого, Орловского, Оричевского, Юрьянского); вещание осуществляется на частотном канале – 5 ТВК с помощью **одного передатчика**, ежедневно с 06.00 до 03.00 часов;

- территория вещания телевизионного канала «ТНТ-43 Регион» распространяется на г. Киров и районы области, в том числе: Нолинский, Омутнинский, Уржумский, Вятскополянский, Зуевский, Кирово-Чепецкий и др.; вещание осуществляется на территории г. Кирова на частотном канале – 50 ТВК (ежедневно и круглосуточно), в районах области на различных частотных каналах с временными ограничениями с помощью **27 передатчиков**;

- территория телевизионных каналов «Россия-1», «Россия-24» распространяется на г. Киров и практически все районы области; вещание осуществляется с помощью **39 передатчиков** в г. Кирове на частотном канале – 1 ТВК, в районах области на различных частотных каналах, ежедневно и круглосуточно.

В соответствии с техническим заданием на проведение пилотажного социологического исследования, ООО РИА «Медиа-Аналитик», было поручено собрать информацию о потенциальных телезрителях в Кировской области; разработать и уточнить инструментарий для проведения аналитического социологического исследования по изучению телезрителей Кировской области, рейтингов телеканалов.

Согласно отчету о проведенном исследовании (и приложений к нему), опрос респондентов проводился в г. Кирове и шести районах области, а именно: Вятскополянском, Кирово-Чепецком, Зуевском, Нолинском, Омутнинском, Уржумском. При этом в данных районах вещание телеканалов СТС – 9 Канал, 33 канал, РЕН ТВ (Рен Киров) не осуществляется, тогда как во всех шести заявленных районах и в г. Кирове осуществляется вещание телеканалов «ТНТ-43 Регион», «Россия 1», «Россия 24».

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно Толковому словарю русского языка, значение слова «корректный» - это правильный, точный, вежливый.

Наряду с тем, что сравнение в рекламе каких-либо характеристик товара разных производителей допускается, закон ограничивает компании в проведении некорректных сравнений. Некорректное сравнение – это сравнение «невежливое», «неправильное», «неточное».

В соответствии с отчетом о проведенных исследованиях, в районах области опрошено – 69%, в г. Кирове – 31% от общего

числа опрошенных респондентов. Следовательно, процент опрошенных в районах респондентов составляет 2/3 от общего числа респондентов, что существенным образом повлияло на общие показатели проведенного исследования.

Как установлено в ходе рассмотрения дела и подтверждается соответствующими документами, телевизионные каналы: «ТНТ- 43 Регион», «Россия -1», «Россия-24», СТС- 9 Канал, 33 канал, РЕН ТВ (Рен-Киров) имеют разную зону охвата территории вещания, которая совпадает у всех телеканалов только по г. Кирову и отдельным территориям Кирово-Чепецкого района.

Так как в городе Кирове и отдельных территориях Кирово-Чепецкого района вещают все телевизионные каналы, представленные в исследовании, респонденты этих географических территорий могли отдать предпочтение любому из заявленных в исследовании телеканалов. В тоже время, в таких районах как: Вятскополянский, Зуевский, Нолинский, Омутнинский, Уржумский, где телеканалы СТС – 9 Канал, РЕН ТВ (Рен Киров), 33 канал вещание не осуществляют, респонденты были лишены возможности сделать объективный выбор, что повлияло на окончательный рейтинг телеканалов, представленный в исследовании.

Поэтому исследования рейтингов телеканалов и новостных программ являются не объективными и не могут служить доказательством, подтверждающим факт того, что телеканал «ТНТ-43 Регион» обладает самым высоким рейтингом среди телевизионных каналов и новостных программ.

Таким образом, в рекламе представлено некорректное - неправильное, невежливое, неточное сравнение телевизионных каналов и новостных программ, что не допускается рекламным законодательством.

В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция – это любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добросовестности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

В соответствии с представленными документами, ООО «Стар Плюс Киров», ЗАО «Телекомпания Гранд-ТВ», ООО «Город-ТВ», ЗАО «Телекомпания 9 Канал», филиал ФГУП «ВГТРК» - ГТРК «Вятка» являются конкурентами, данные хозяйствующие субъекты осуществляют телевизионное вещание (включая и предоставление эфирного времени для размещения рекламы), в том числе действуют на территории города Кирова и отдельных территориях Кирово-Чепецкого района в одних географических границах (общая площадь охвата их территории вещания в Кировской области разная).

Осуществляя вещание, телекомпании предоставляют эфирное время рекламодателям для размещения рекламы. Поэтому указание в спорных статьях информации о том, что телеканал «ТНТ – 43 Регион» занимает первое место в рейтинге телеканалов и новостных программ, является одним из важных показателей, определяющих привлекательность телеканала, прежде всего, для рекламодателя.

В соответствии с п. 1, 2, 3 ч. 1 ст. 14 ФЗ «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе: распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации; введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей, а также некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами.

Размещение информации о том, что телеканал «ТНТ – 43 Регион» (вещатель – ООО «Стар Плюс Киров») занимает первое место в рейтинге телеканалов и новостных программ, является неточным и некорректным по отношению к другим хозяйствующим субъектам, осуществляющим телевизионное вещание (может причинить им убытки), способно ввести в заблуждение потребителей относительно его действительного рейтинга, является актом недобросовестной конкуренции на рынке рекламной деятельности телевизионных каналов. Тем самым нарушается п. 1 и п. 4 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В силу п. 1, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

Под преимуществом следует понимать превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного товара или услуги иного/иных производителей. Как заявление о преимуществах, рассматриваются, в том числе формулировки, содержащие прилагательные в превосходной степени: «самый», «только», «лучший», «абсолютный», «единственный» и им подобные. В таких случаях необходимо фактическое и документальное обоснование использования этих слов (заключения независимых экспертов и собственные исследования), иначе реклама признается недостоверной и ненадлежащей.

В данном случае, исходя из текста статей, в рекламе присутствует указание на то, что телекомпания «ТНТ – 43 Регион» вышла на первое место в рейтинге телекомпаний (телеканалов). Согласно толковому словарю русского языка под редакцией С.И.Ожегова и Н.Ю.Шведова, одно из значений слово «первый» - лучший из всех в каком-то отношении.

Таким образом, информацию в спорной рекламе можно воспринимать именно как позиционирование телеканала «ТНТ – 43 Регион» как лучшего телевизионного телеканала, т.е. как подтверждение того, что рассматриваемый субъект, занимает привилегированное положение среди своих конкурентов по разным критериям, в том числе по рейтингу новостных передач и ежедневному просмотру телеканалов.

Как установлено в ходе рассмотрения дела, исследование, проведенное ООО РИА «Медиа-Аналитик», является некорректным и не может служить доказательством выхода телеканала «ТНТ – 43 Регион» на первое место среди телевизионных каналов.

При этом, предоставляя недостоверную информацию неопределенному кругу лиц, неправомерно и необоснованно создается преимущество рекламируемого товара перед товарами других хозяйствующих субъектов на рынке, так как внимание потребителей привлекается к одному хозяйствующему субъекту – телеканалу «ТНТ – 43 Регион» (организация вещатель – ООО «Стар Плюс Киров»).

Таким образом, в рассматриваемой рекламе нарушается п. 1 ч. 3 ст. 5 закона - создается преимущество телеканалу «ТНТ – 43 Регион» по сравнению с другими телеканалами.

Помимо этого, указание о телеканале «ТНТ-43 Регион» как занимающем первое место среди телеканалов, содержит не достоверную информацию о самом хозяйствующем субъекте оказывающем рекламируемые услуги, что нарушает п. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п. 13 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар; об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Согласно толковому словарю русского языка под редакцией С.И.Ожегова и Н.Ю.Шведова, «спрос» - это предложение на товары со стороны покупателя.

Спрос представляет собой потребность общества в данном товаре, определенную в количественной и стоимостной

форме, это количество товаров и услуг, которые могут быть реализованы в конкретный период при существующем уровне цен. На конкурентном рынке аналогичных товаров спрос на стороне более качественных или более дешевых (если качественные показатели примерно одного уровня).

Рассматриваемая рекламная информация информирует потребителя о том, что телеканал «ТНТ – 43 Регион» вышел на первое место в рейтинге телеканалов, тем самым имеет наибольший спрос на вышеуказанный телеканал со стороны телезрителей. Такое информирование потребителя допустимо лишь в том случае, если заявленный спрос на рекламируемый товар действительно существует на рынке и величина его не преувеличена (а также не занижен показатель спроса на иной товар).

Так как материалами дела информация о размере спроса на телеканал «ТНТ – 43 Регион» не подтверждается, она считается не достоверной.

Тем самым нарушается п. 13 ч. 3 ст. 5 Закона - предоставлена недостоверная информация о фактическом размере спроса на телеканал «ТНТ – 43 Регион», что является важным для рекламодателей при решении вопроса о том, где разместить свою рекламу.

Кроме того, из текста статей, размещенных ООО «Стар Плюс Киров» в периодических печатных изданиях следует, что исследование по определению рейтингов телеканалов было проведено в г. Кирове и восьми районах области, а именно: Кирово-Чепецком, Вятскополянском, Яранском, Омутнинском, Зуевском, Нолинском, Шабалинском, Уржумском.

Согласно отчету о проведенном исследовании (и приложений к нему) в Яранском и Шабалинском районах респонденты опрошены не были, но, не смотря на это, в газетах указано, что в данных районах исследование проводилось, что является не достоверной информацией.

Помимо этого, в статьях дается информация о количестве опрошенных респондентов в каждом районе. Общий объем респондентов составляет 1302 человека, из них в г. Кирове – 400 чел., Вятскополянском – 180 чел., Кирово-Чепецком – 220 чел., Яранском – 120 чел., Омутнинском – 180 чел., Зуевском – 100 чел., Нолинском – 52 чел., Шабалинском, Уржумском – 50 чел.

Согласно приложению к отчету по результатам пилотажного исследования представлена иная информация о количестве опрошенных респондентов: г. Киров – 402 чел., Уржумском – 100 чел., Омутнинском – 150 чел., Нолинском – 100 чел., Зуевском – 150 чел., Кирово-Чепецком – 200 чел., Вятскополянском – 200 чел. Причем, общее количество опрошенных, заявленных в газетах и в отчете, совпадает.

Таким образом, в статьях предоставлена недостоверная информация о количестве респондентов, опрошенных в районах области. Ни по одному из районов, количество опрошенных респондентов указанных в отчете по результатам исследований и заявленным в газетах, не совпадают, и это позволяет предположить, что ответчик ООО «Стар Плюс Киров» самостоятельно проводил свои исследования. Объяснить подобное расхождение в данных, представитель телеканала не смог.

Также, по тексту статей сообщается, что на первое место среди новостных программ вышли «Новости 43 Регион» (их отметили 54 % опрошенных), на втором месте – «Вести – Кировская область» (28% опрошенных), на третьем месте – «Бюро новостей «Давеча» (19% опрошенных, преимущественно проживающих в г. Кирове и Кирово-Чепецке), на четвертом - «Город» (15% опрошенных, преимущественно проживающих в г. Кирове), на пятом – «Новости 24 центр» (10 % опрошенных, преимущественно проживают в г. Кирове и Кирово-Чепецке). Эти показатели соответствуют данным, представленным в отчете по исследованиям, проведенным ООО РИА «Медиа-Аналитик».

Но, в тоже время в газете «Комсомольская правда», «Вятский наблюдатель» приведена таблица рейтинга новостных передач, где представлены иные показатели, а именно указано следующее:

- «Новости 43 Регион» (54% респондентов);
- «Вести-Кировская область» (51% респондентов);
- «Бюро новостей «Давеча» (34% респондентов);
- «Город» (25% респондентов);
- «Новости 24 Центр» (24% респондентов).

В соответствии с п. 11 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о результатах исследований и испытаний.

В связи с тем, что в статьях, размещенных в газетах «Комсомольская правда» и «Вятский наблюдатель», содержится недостоверная информация о результатах исследований и испытаний, а именно приводятся данные, которые не находят своего отражения в отчете по проведенным исследованиям, нарушается п. 11 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 и 4 ч. 2, п. 1 ч. 3, п. 11, 13, 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

В соответствии с договорами на оказание рекламных услуг № 149 от 15.07.2010г., счетом на оплату № 505 от 15.07.2010г., договором № 75 от 20.07.2010г., счетом на оплату № 181 от 20.07.2010г. рекламодателем рассматриваемых рекламных статей, размещенных в газетах: «Комсомольская правда» и «Вятский наблюдатель» является ООО «Стар Плюс Киров».

В ходе рассмотрения дела было установлено, что в вышеуказанных газетах были размещены графики рейтингов новостных программ, которые содержат противоречивую информацию и не подтверждаются ни исследованиями, ни самим текстом статей.

На заседании Комиссии представитель ООО «Стар Плюс Киров» пояснил, что Обществом не разрабатывались графические изображения в статьях, они были разработаны редакциями газет самостоятельно.

Комиссия Кировского УФАС считает данный довод Общества не состоятельным в виду следующего.

В соответствии с договорами на размещении рекламы, заказчик-ООО «Стар Плюс Киров», самостоятельно несет ответственность в части содержания рекламной информации, размещенной в газетах. В материалах дела отсутствуют документы (и Обществом они не заявлялись), подтверждающие тот факт, что ООО «Стар Плюс Киров» направляло какие-либо письменные претензии в редакции газет по факту размещения статей.

Так как в статьях приводится информация, противоречащая результатам исследований, проведенных ООО РИА «Медиа-Аналитик», о количестве районов, в которых проводился исследование, о количестве опрошенных респондентов в каждом районе, график рейтинга новостных программ, то скорее всего, ООО «Стар Плюс Киров» самостоятельно проводил свои собственные исследования, о которых Комиссии ничего не известно.

Кроме того, представленные ООО «Стар Плюс Киров» реестры лицензий конкурентов на деятельность по телерадиовещанию, распечатанные с Интернета, Комиссией во внимание не принимаются, так как данная информация опровергается имеющимися в материалах дела документами, в частности лицензиями (с приложениями) на вещание телеканалов, а также картами зон уверенного приема сигнала телевизионного передатчика телеканалов: СТС – 9 Канал, РЕН ТВ (Рен Киров), 33 Канал.

Текст статьи под названием «Какие телеканалы наиболее популярны у жителей Кировской области», размещенный на информационном портале «Вятка на сети», был направлен ООО РИА «Медиа-Аналитик» на электронный адрес редакции портала «Вятка на сети» с пометкой «пресс-релиз».

Согласно ч. 2 ст. 2 ФЗ «О рекламе» настоящий Федеральный закон не распространяется на: справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Статья, размещенная в Интернете, содержала информацию об исследованиях, проведенных ООО РИА «Медиа-Аналитик». Но, в тоже время основной целью статьи, является продвижение на соответствующем рынке телекомпании «ТНТ-43 Регион», поэтому по своему содержанию данная статья является рекламой.

Содержание статьи, размещенной в Интернете на информационном портале «Вятка на сети» определило ООО РИА «Медиа-Аналитик», оно же полностью привело информацию к форме готовой для распространения в виде рекламы. Пресс-релиз был размещен именно в том виде, в котором получен информационным порталом «Вятка на сети». Следовательно, рекламодателем статьи, размещенной в Интернете на информационном портале «Вятка на сети», является ООО РИА «Медиа-Аналитик».

Согласно договора № 18 от 10.06.2010г., приложений к договору и технического задания, ООО РИА «Медиа-Аналитик» должно было провести по заданию заказчика – ООО «Стар Плюс Киров» - социологическое исследование в Кировской области на тему: «Наиболее популярные телеканалы в Кировской области и факторы, влияющие на их популярность». В соответствии с вышеуказанным договором, ООО РИА «Медиа-Аналитик» обязуется оказывать услуги с надлежащим качеством.

Как следует из пояснений директора ООО РИА «Медиа-Аналитик» < >., районы Кировской области, в которых проводились опросы респондентов, были определены Обществом самостоятельно и были согласованы с ООО «Стар Плюс Киров», что подтверждается приложением № 2 к договору.

Определяя районы проведения опросов респондентов, ООО РИА «Медиа-Аналитик» должно было изучить ситуацию на рынке телевизионного вещания, выяснить тот факт, что не во всех заявленных районах осуществляется телевизионное вещание (в связи с разным охватом зон вещания), так как именно оно проводит исследование и несет ответственность за достоверность представленных в нем сведений. Указанным Обществом надлежащим образом это сделано не было.

ООО «Стар Плюс Киров» осуществляет вещание телеканала «ТНТ – 43 Регион», зарегистрирован в качестве юридического лица (свидетельство о гос.регистрации юридического лица от 10.03.2004 года). Общество работает на рынке телевещания довольно длительное время, имеет необходимую информацию о своих конкурентах, действующих на данном рынке. В том числе, оно имеет представление и о территории распространения тех или иных телевизионных компаний, а поэтому не могло не знать, что ни «СТС-9 Канал», ни «33 Канал», ни РЕН ТВ (Рен Киров) не вещают на территориях, где происходил опрос респондентов.

Следовательно, ООО «Стар Плюс Киров», подписывая согласование о перечне районов опроса респондентов (приложение № 2 к отчету) заранее должно было знать, что телеканалы: «СТС-9 Канал», 33 канал, РЕН ТВ (Рен Киров) не осуществляют вещание в Вятскополянском, Зуевском, Нолинском, Омутнинском, Уржумском районах, а телеканал «ТНТ-43 Регион» вещание в данных районах осуществляет. Поэтому данные районы для проведения исследования были выбраны именно с целью повышения окончательных показателей рейтинга телеканала «ТНТ-43 Регион».

Все вышеуказанное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине рекламодателей - ООО РИА «Медиа-Аналитик» и ООО «Стар Плюс Киров».

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем 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. Комиссия считает необходимым привлечь ООО РИА «Медиа-Аналитик», ООО «Стар Плюс Киров» к административной ответственности.

Учитывая то, что рекламные статьи, размещенные в периодических печатных изданиях «Комсомольская правда» и «Вятский наблюдатель», а также в Интернете на информационном портале «Вятка на сети» в настоящее время не распространяются, антимонопольный орган считает возможным не выдавать ООО «Стар Плюс Киров», ООО РИА «Медиа-Аналитик» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

Руководствуясь ст. 2, ст. 3, ч. 1 ст. 5, п. 1, 4 ч. 2, п. 1, 11, 13, 20 ч. 3 ст. 5, 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, размещенную ООО «Стар Плюс Киров»: в газете «Комсомольская правда» № 29-т (25527-т) от 22-29.07.2010г. в статье под названием: «Какие телеканала смотрят жители области. 45% опрошенных ответили, что чаще всего включают ТНТ-43 Регион», в газете «Вятский наблюдатель» № 29(629) от 16.07.2010г. в статье под названием: «Наиболее популярное областное телевидение: какие телеканалы смотрят жители области», так как она противоречит требованиям п. 1 и 4 ч. 2, п. 1, 11, 13, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную ООО РИА «Медиа-Аналитик» в Интернете на информационном портале «Вятка на сети» в статье под названием: «Какие телеканалы наиболее популярны у жителей Кировской области», так как она противоречит требованиям п. 1 ч. 2, п. 1, 13, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

3. Признать ООО «Стар Плюс Киров» нарушившим п. 1, 4 ч. 2, п. 1, 11, 13, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

4. Признать ООО РИА «Медиа-Аналитик» нарушившим п. 1 ч. 2, п. 1, 13, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

5. ООО РИА «Медиа-Аналитик», ООО «Стар Плюс Киров» не выдавать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

6. Передать материалы дела ведущему специалисту-эксперту отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ООО РИА «Медиа-Аналитик», ООО «Стар Плюс Киров».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 28 октября 2010 года.

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии

<.....>

<.....>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 38/38 р -10
о прекращении производства по делу
об административном правонарушении

«17» ноября 2010 г.

г. Киров

Зам. руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <.....> рассмотрев протокол № 38р об административном правонарушении, составленный ведущим специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы в отношении ООО РИА «Медиа-Аналитик» < > по нарушению п. 1 ч. 2, п. 1, 13, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе»,

У С Т А Н О В И Л :

В ходе рассмотрения дела № 38 по признакам нарушения законодательства о рекламе Комиссией Кировского УФАС России был установлен факт нарушения ООО РИА «Медиа-Аналитик» п. 1 ч. 2, п. 1, 13, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года.

Нарушение заключается в следующем:

В Интернете на информационном портале «Вятка на сети» опубликована статья под названием: «Какие телеканалы наиболее популярны у жителей Кировской области». В статье содержится информация рекламного характера о телеканале «ТНТ-43 Регион».

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.**

Информация о рейтингах телеканалов, размещенная на информационном портале «Вятка на сети» в статье под названием «**Какие телеканалы наиболее популярны у жителей Кировской области**» полностью соответствует понятию ст. 3 Закона и является рекламой. Данная информация направлена на привлечение внимания рекламодателей, готовых разместить рекламу на телевидении, так как подчеркивается, что именно телеканал «ТНТ-43 Регион» и его новостные передачи смотрит большее количество телезрителей, которые являются потребителями рекламы.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

Из содержания статьи следует, что внимание неопределенного круга потребителей обращено на конкретный хозяйствующий субъект – телекомпанию «ТНТ – 43 Регион» (организация вещатель ООО «Стар Плюс Киров»). В статье акцентируется внимание на то, что в результате опроса телезрителей, проведенного ООО РИА «Медиа-Аналитик» в районах Кировской области и г. Кирове, телекомпания «ТНТ-43 Регион» вышла на первое место в рейтинге телеканалов (телепрограмм) по следующим показателям:

- по рейтингу новостных передач «Новости 43 регион» вышли на первое место (их отметили в качестве ведущей новостной передачи 54% опрошенных):

- по ежедневному просмотру телевизионных передач телеканал «ТНТ-43 Регион» также вышел на первое место (45% опрошенных респондентов).

При этом, по результатам опроса респондентов указаны главные факторы, влияющие на популярность телеканалов:

2. Широта охвата территории области вещанием.

2. Сочетание в вещании развлекательных и информационных передач, удовлетворяющих потребностям телезрителей.

Как следует из документов, имеющихся в материалах дела, исследование проводилось по следующим телеканалам: «ТНТ- 43 Регион» (организация вещатель – ООО «Стар Плюс Киров»), «Россия -1» и «Россия-24» (организация вещатель - ГТРК «Вятка»), СТС- 9 Канал (организация вещатель – ЗАО «Телекомпания 9 Канал»), 33 канал (организация вещатель – ООО «Город-ТВ»), РЕН ТВ (Рен-Киров) (организация вещатель – ЗАО «Телекомпания Гранд-ТВ»).

Согласно документам, представленным Кировским ОРТПЦ и Управлением Роскомнадзора по Кировской области, площадь охвата территории у вышеуказанных телевизионных каналов следующая:

- территория вещания телевизионного канала «СТС – 9 Канал» распространяется на г. Киров (в зоне уверенного приема дополнительно охватывает отдельные территории ближайших районов: Кирово-Чепецкого, Орловского, Оричевского, Юрьянского); вещание осуществляется на частотном канале – 9 ТВК с помощью **одного передатчика**, ежедневно и круглосуточно;

- территория вещания телевизионного канала «33 канал» распространяется на г. Киров (в зоне уверенного приема дополнительно охватывает отдельные территории Кирово-Чепецкого района); вещание осуществляется на частотном канале 33 ТВК с помощью **одного передатчика**, ежедневно и круглосуточно;

- территория вещания телевизионного канала «РЕН ТВ» (Рен Киров) распространяется на г. Киров (в зоне уверенного приема дополнительно охватывает отдельные территории ближайших районов: Кирово-Чепецкого, Орловского, Оричевского, Юрьянского); вещание осуществляется на частотном канале – 7 ТВК с помощью **одного передатчика**, ежедневно с 06.00 до 03.00 часов;

- территория вещания телевизионного канала «ТНТ-43 Регион» распространяется на г. Киров и районы области, в том числе: Нолинский, Омутнинский,

Уржумский, Вятскополянский, Зуевский, Кирово-Чепецкий и др.; вещание осуществляется на территории г. Кирова на частотном канале – 50 ТВК (ежедневно и круглосуточно), в районах области на различных частотных каналах с временными ограничениями с помощью **27 передатчиков**;

- территория телевизионных каналов «Россия-1», «Россия-24» распространяется на г. Киров и практически все районы области; вещание осуществляется с помощью **39 передатчиков** в г. Кирове на частотном канале – 1 ТВК, в районах области на различных частотных каналах, ежедневно и круглосуточно.

В соответствии с техническим заданием на проведение пилотажного социологического исследования, ООО РИА «Медиа-Аналитик», было поручено собрать информацию о потенциальных телезрителях в Кировской области; разработать и уточнить инструментарий для проведения аналитического социологического исследования по изучению телезрителей Кировской области, рейтингов телеканалов.

Согласно отчету о проведенном исследовании (и приложений к нему), опрос респондентов проводился в г. Кирове и шести районах области, а именно: Вятскополянском, Кирово-Чепецком, Зуевском, Нолинском, Омутнинском, Уржумском. При этом в данных районах вещание телеканалов СТС – 9 Канал, 33 канал, РЕН ТВ (Рен Киров) не осуществляется, тогда как во всех шести заявленных районах и в г. Кирове осуществляется вещание телеканалов «ТНТ-43 Регион», «Россия 1», «Россия 24».

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно Толковому словарю русского языка, значение слова «корректный» - это правильный, точный, вежливый.

Наряду с тем, что сравнение в рекламе каких-либо характеристик товара разных производителей допускается, закон ограничивает компании в проведении некорректных сравнений. Некорректное сравнение – это сравнение «невежливое», «неправильное», «неточное».

В соответствии с отчетом о проведенных исследованиях, в районах области опрошено – 69%, в г. Кирове – 31% от общего числа опрошенных респондентов. Следовательно, процент опрошенных в районах респондентов составляет 2/3 от общего числа респондентов, что существенным образом повлияло на общие показатели проведенного исследования.

Как установлено в ходе рассмотрения дела и подтверждается соответствующими документами, телевизионные каналы: «ТНТ- 43 Регион», «Россия -1», «Россия-24», СТС- 9 Канал, 33 канал, РЕН ТВ (Рен-Киров) имеют разную зону охвата территории вещания, которая совпадает у всех телеканалов только по г. Кирову и отдельным территориям Кирово-Чепецкого района.

Так как в городе Кирове и отдельных территориях Кирово-Чепецкого района вещают все телевизионные каналы, представленные в исследовании, респонденты этих географических территорий могли отдать предпочтение любому из заявленных в исследовании телеканалов. В тоже время, в таких районах как: Вятскополянский, Зуевский, Нолинский, Омутнинский, Уржумский, где телеканалы СТС – 9 Канал, РЕН ТВ (Рен Киров), 33 канал вещание не осуществляют, респонденты были лишены возможности сделать объективный выбор, что по влияло на окончательный рейтинг телеканалов, представленный в исследовании.

Поэтому исследования рейтингов телеканалов и новостных программ являются не объективными и не могут служить доказательством, подтверждающим факт того, что телеканал «ТНТ-43 Регион» обладает самым высоким рейтингом среди телевизионных каналов и новостных программ.

Таким образом, в рекламе представлено некорректное - неправильное, невежливое, неточное сравнение телевизионных каналов и новостных программ, что не допускается рекламным законодательством.

Размещение информации о том, что телеканал «ТНТ – 43 Регион» (вещатель – ООО «Стар Плюс Киров») занимает первое место в рейтинге телеканалов и новостных программ, является неточным и некорректным по отношению к другим хозяйствующим субъектам, осуществляющим телевизионное вещание, что является нарушением п. 1 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В силу п. 1, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

Под преимуществом следует понимать превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного товара или услуги иного/иных производителей. Как заявление о преимуществах, рассматриваются, в том числе формулировки, содержащие прилагательные в превосходной степени: «самый», «только», «лучший», «абсолютный», «единственный» и им подобные. В таких случаях необходимо фактическое и документальное обоснование использования этих слов (заклЮчения независимых экспертов и собственные исследования), иначе реклама признается недостоверной и ненадлежащей.

В данном случае, исходя из текста статей, в рекламе присутствует указание на то, что телекомпания «ТНТ – 43 Регион» вышла на первое место в рейтинге телекомпаний (телеканалов). Согласно толковому словарю русского языка под редакцией С.И.Ожегова и Н.Ю.Шведова, одно из значений слово «первый» - лучший из всех в каком-то отношении.

Таким образом, информацию в спорной рекламе можно воспринимать именно как позиционирование телеканала «ТНТ – 43 Регион» как лучшего телевизионного телеканала, т.е. как подтверждение того, что рассматриваемый субъект, занимает привилегированное положение среди своих конкурентов по разным критериям, в том числе по рейтингу новостных передач и ежедневному просмотру телеканалов.

При этом, предоставляя недостоверную информацию неопределенному кругу лиц, неправомерно и необоснованно создается преимущество рекламируемого товара перед товарами других хозяйствующих субъектов на рынке, так как внимание потребителей привлекается к одному хозяйствующему субъекту – телеканалу «ТНТ – 43 Регион» (организация вещатель – ООО «Стар Плюс Киров»).

Таким образом, в рассматриваемой рекламе нарушается п. 1 ч. 3 ст. 5 закона - создается преимущество телеканалу «ТНТ – 43 Регион» по сравнению с другими телеканалами.

Помимо этого, указание о телеканале «ТНТ-43 Регион» как занимающем первое место среди телеканалов, содержит не достоверную информацию о самом хозяйствующем субъекте, оказывающем рекламируемые услуги, что нарушает п. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п. 13 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар; об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Согласно толковому словарю русского языка, «спрос» - это предложение на товары со стороны покупателя.

Спрос представляет собой потребность общества в данном товаре, определенную в количественной и стоимостной форме, это количество товаров и услуг, которые могут быть реализованы в конкретный период при существующем уровне цен. На конкурентном рынке аналогичных товаров спрос на стороне более качественных или более дешевых (если качественные показатели примерно одного уровня).

Рассматриваемая реклама информирует потребителя о том, что телеканал «ТНТ – 43 Регион» вышел на первое место в рейтинге телеканалов, тем самым имеет наибольший спрос на вышеуказанный телеканал со стороны телезрителей. Распространение такой информации допустимо лишь в том случае, если заявленный спрос на рекламируемый товар действительно существует на рынке и величина его не преувеличена (а также не занижен показатель спроса на иной товар).

Так как материалами дела информация о размере спроса на телеканал «ТНТ – 43 Регион» не подтверждается, она считается недостоверной.

Тем самым нарушается п. 13 ч. 3 ст. 5 Закона - предоставлена недостоверная информация о фактическом размере спроса на телеканал «ТНТ – 43 Регион», что является важным для рекламодателей при решении вопроса о том, где разместить свою рекламу.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3, п. 13, 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Текст статьи под названием: «Какие телеканалы наиболее популярны у жителей Кировской области», размещенный на информационном портале «Вятка на сети», был направлен ООО РИА «Медиа-Аналитик» на электронный адрес редакции портала «Вятка на сети» с пометкой «пресс-релиз».

Согласно ч. 2 ст. 2 ФЗ «О рекламе» настоящий Федеральный закон не распространяется на: справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Статья, размещенная в Интернете, сообщает об исследованиях, проведенных ООО РИА «Медиа-Аналитик». Но, в тоже время основной целью статьи является продвижение на соответствующем рынке телекомпании «ТНТ-43 Регион», поэтому она является рекламной.

Статью, для размещения в Интернете в виде пресс-релиза предоставило ООО РИА «Медиа-Аналитик», она была распространена именно в том виде, в котором получена информационным порталом «Вятка на сети». Следовательно, рекламодателем статьи, размещенной в Интернете на информационном портале «Вятка на сети», является ООО РИА «Медиа-Аналитик».

Согласно договору № 18 от 10.06.2010г., приложений к договору и техническому заданию, ООО РИА «Медиа-Аналитик» должно было провести по заданию заказчика – ООО «Стар Плюс Киров» - социологическое исследование в Кировской области на тему: «Наиболее популярные телеканалы в Кировской области и факторы, влияющие на их популярность». В соответствии с вышеуказанным договором, ООО РИА «Медиа-Аналитик» обязалось оказать услуги с надлежащим качеством.

Как следует из пояснений директора ООО РИА «Медиа-Аналитик»<.....>, районы Кировской области, в которых проводились опросы респондентов, были определены Обществом самостоятельно и согласованы с ООО «Стар Плюс Киров», что подтверждается приложением № 2 к договору.

Выбирая районы проведения опросов респондентов, ООО РИА «Медиа-Аналитик» должно было изучить ситуацию на рынке телевизионного вещания, иметь представление о зонах охвата вещания телевизионных каналов, заявленных для исследования, что Обществом, надлежащим образом сделано не было.

Кроме того, тот факт, что ООО РИА «Медиа-Аналитик» знало, что телеканалы «СТС-9 Канал», «33 Канал», «РЕН ТВ» (Рен Киров) не осуществляют вещание во всех заявленных в исследовании районах, подтверждает указание в пресс-релизе на то, что аудитория передач «Давеча», «Город», «Новости 24 – Центр» проживает преимущественно в г. Кирове и г. Кирово-Чепецке. Все вышеуказанное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине рекламодателя - ООО РИА «Медиа-Аналитик».

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем 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.

Протокол рассмотрен в присутствии директора ООО РИА «Медиа-Аналитик» < >, которая факт нарушения рекламного законодательства признала и просить объявить Обществу устное замечание.

Учитывая тот факт, что ООО РИА «Медиа-Аналитик» является не профессиональным участником рекламного рынка и к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства ранее не привлекалось, считаю возможным признать правонарушение малозначительным и объявить устное замечание.

Руководствуясь статьями 3, 5, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.9, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПО С Т А Н О В И Л:

1. Прекратить производство по делу об административном правонарушении в отношении ООО «Медиа-Аналитик» в связи с объявлением устного замечания.

Зам.руководителя управления

<.....>

ПО С Т А Н О В Л Е Н И Е № 37р-38-10 о наложении штрафа по делу об административном правонарушении

«17» ноября 2010 г.

г. Киров

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <.....> рассмотрев протокол № 37р от 11.11.2010 года, составленный ведущим специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России в отношении ООО «Стар Плюс Киров» < > по нарушению п. 1 и 4 ч. 2, п. 1, 11, 13, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.

У С Т А Н О В И Л:

В ходе рассмотрения дела № 38 по признакам нарушения законодательства о рекламе Комиссией Кировского УФАС

России был установлен факт нарушения ООО «Стар Плюс Киров» п. 1 и 4 ч. 2, п. 1, 11, 13, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года.

Нарушение заключается в следующем:

В еженедельном печатном издании «Комсомольская правда» № 29-т (25527-т) от 22-29.07.2010г. на 7 странице в рубрике «Взрослые игры» опубликована статья под названием: «Какие телеканалы смотрят жители области. 45% опрошенных ответили, что чаще всего включают «ТНТ-43 Регион».

В печатном издании «Вятский наблюдатель» № 29 (629) от 16.07.2010г. на 17 странице в рубрике «Рейтинги» опубликована статья под названием: «Наиболее популярное областное телевидение: какие телеканалы смотрят жители области».

В статьях содержится информация рекламного характера о телеканале «ТНТ-43 Регион».

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.**

Информация о рейтингах телеканалов, размещенная в газете «Комсомольская правда» № 29-т (25527-т) от 22-29.07.2010г. в статье под названием: «Какие телеканалы смотрят жители области. 45% опрошенных ответили, что чаще всего включают «ТНТ-43 Регион», в газете «Вятский наблюдатель» № 29 (629) от 16.07.2010г. в статье под названием: «Наиболее популярное областное телевидение: какие телеканалы смотрят жители области» полностью соответствует понятию ст. 3 Закона и является рекламой. Данная информация направлена на привлечение внимания рекламодателей, готовых разместить рекламу на телевидении, так как подчеркивается, что именно телеканал «ТНТ-43 Регион» и его новостные передачи смотрит большее количество телезрителей, которые являются потребителями рекламы.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

Из содержания вышеуказанных статей следует, что внимание неопределенного круга потребителей обращено на конкретный хозяйствующий субъект – телекомпанию «ТНТ – 43 Регион» (организация вещатель ООО «Стар Плюс Киров»). В статье акцентируется внимание на то, что в результате опроса телезрителей, проведенного ООО РИА «Медиа-Аналитик» в районах Кировской области и г. Кирове, телекомпания «ТНТ-43 Регион» вышла на первое место в рейтинге телеканалов (телепрограмм) по следующим показателям:

- по рейтингу новостных передач «Новости 43 регион» вышли на первое место (их отметили в качестве ведущей новостной передачи 54% опрошенных);

- по ежедневному просмотру телевизионных передач телеканал «ТНТ-43 Регион» также вышел на первое место (45% опрошенных респондентов).

При этом, по результатам опроса респондентов указаны главные факторы, влияющие на популярность телеканалов:

3. Широта охвата территории области вещанием.

2. Сочетание в вещании развлекательных и информационных передач, удовлетворяющих потребностям телезрителей.

Как следует из документов, имеющих в материалах дела, исследование проводилось по следующим телеканалам: «ТНТ- 43 Регион» (организация вещатель – ООО «Стар Плюс Киров»), «Россия -1» и «Россия-24» (организация вещатель - ПТРК «Вятка»), СТС- 9 Канал (организация вещатель – ЗАО «Телекомпания 9 Канал»), 33 канал (организация вещатель – ООО «Город-ТВ»), РЕН ТВ (Рен-Киров) (организация вещатель – ЗАО «Телекомпания Гранд-ТВ»).

Согласно документам, представленным Кировским ОРТПЦ и Управлением Роскомнадзора по Кировской области, площадь охвата территории у вышеуказанных телевизионных каналов следующая:

- территория вещания телевизионного канала «СТС – 9 Канал» распространяется на г. Киров (в зоне уверенного приема дополнительно охватывает отдельные территории близлежащих районов: Кирово-Чепецкого, Орловского, Оричевского, Юрьянского); вещание осуществляется на частотном канале – 9 ТВК с помощью **одного передатчика**, ежедневно и круглосуточно;

- территория вещания телевизионного канала «33 канал» распространяется на г. Киров (в зоне уверенного приема дополнительно охватывает отдельные территории Кирово-Чепецкого района); вещание осуществляется на частотном канале 33 ТВК с помощью **одного передатчика**, ежедневно и круглосуточно;

- территория вещания телевизионного канала «РЕН ТВ» (Рен Киров) распространяется на г. Киров (в зоне уверенного приема дополнительно охватывает отдельные территории близлежащих районов: Кирово-Чепецкого, Орловского, Оричевского, Юрьянского); вещание осуществляется на частотном канале – 7 ТВК с помощью **одного передатчика**, ежедневно с 06.00 до 03.00 часов;

- территория вещания телевизионного канала «ТНТ-43 Регион» распространяется на г. Киров и районы области, в том числе: Нолинский, Омутнинский, Уржумский, Вятскополянский, Зуевский, Кирово-Чепецкий и др.; вещание осуществляется на территории г. Кирова на частотном канале – 50 ТВК (ежедневно и круглосуточно), в районах области на различных частотных каналах с временными ограничениями с помощью **27 передатчиков**;

- территория телевизионных каналов «Россия-1», «Россия-24» распространяется на г. Киров и практически все районы области; вещание осуществляется с помощью **39 передатчиков** в г. Кирове на частотном канале – 1 ТВК, в районах области на различных частотных каналах, ежедневно и круглосуточно.

В соответствии с техническим заданием на проведение пилотажного социологического исследования, ООО РИА «Медиа-Аналитик», было поручено собрать информацию о потенциальных телезрителях в Кировской области; разработать и уточнить инструментарий для проведения аналитического социологического исследования по изучению телезрителей Кировской области, рейтингов телеканалов.

Согласно отчету о проведенном исследовании (и приложений к нему), опрос респондентов проводился в г. Кирове и шести районах области, а именно: Вятскополянском, Кирово-Чепецком, Зуевском, Нолинском, Омутнинском, Уржумском. При этом в данных районах вещание телеканалов СТС – 9 Канал, 33 канал, РЕН ТВ (Рен Киров) не осуществляется, тогда как во всех шести заявленных районах и в г. Кирове осуществляется вещание телеканалов «ТНТ-43 Регион», «Россия 1», «Россия 24».

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно Толковому словарю русского языка (под редакцией С.И.Ожегова и Н.Ю. Шведовой – М., 1999г.), значение слова «корректный» - это правильный, точный, вежливый.

Наряду с тем, что сравнение в рекламе каких-либо характеристик товара разных производителей допускается, закон ограничивает компании в проведении некорректных сравнений. Некорректное сравнение – это сравнение «невежливое», «неправильное», «неточное».

В соответствии с отчетом о проведенных исследованиях, в районах области опрошено – 69%, в г. Кирове – 31% от общего числа опрошенных респондентов. Следовательно, процент опрошенных в районах респондентов составляет 2/3 от общего числа респондентов, что существенным образом повлияло на общие показатели проведенного исследования.

Как установлено в ходе рассмотрения дела и подтверждается соответствующими документами, телевизионные каналы: «ТНТ- 43 Регион», «Россия -1», «Россия-24», СТС- 9 Канал, 33 канал, РЕН ТВ (Рен-Киров) имеют разную зону охвата территории вещания, которая совпадает у всех телеканалов только по г. Кирову и отдельным территориям Кирово-Чепецкого района.

Так как в городе Кирове и отдельных территориях Кирово-Чепецкого района вещают все телевизионные каналы, представленные в исследовании, респонденты этих географических территорий могли отдать предпочтение любому из заявленных в исследовании телеканалов. В тоже время, в таких районах как: Вятскополянский, Зуевский, Нолинский, Омутнинский, Уржумский, где телеканалы СТС – 9 Канал, РЕН ТВ (Рен Киров), 33 канал вещание не осуществляют, респонденты были лишены возможности сделать объективный выбор, что повлияло на окончательный рейтинг телеканалов, представленный в исследованиях.

Поэтому исследования рейтингов телеканалов и новостных программ являются не объективными и не могут служить доказательством, подтверждающим факт того, что телеканал «ТНТ-43 Регион» обладает самым высоким рейтингом среди телевизионных каналов и новостных программ.

Таким образом, в рекламе представлено некорректное - неправильное, невежливое, неточное сравнение телевизионных каналов и новостных программ, что не допускается рекламным законодательством.

В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция – это любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добросовестности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

В соответствии с представленными документами, ООО «Стар Плюс Киров», ЗАО «Телекомпания Гранд-ТВ», ООО «Город-ТВ», ЗАО «Телекомпания 9 Канал», филиал ФГУП «ВГТРК» - ГТРК «Вятка» являются конкурентами, данные хозяйствующие субъекты осуществляют телевизионное вещание (включая и предоставление эфирного времени для размещения рекламы), в том числе действуют на территории города Кирова и отдельных территориях Кирово-Чепецкого района в одних географических границах (общая площадь охвата их территории вещания в Кировской области разная).

Осуществляя вещание, телекомпания предоставляет эфирное время рекламодателям для размещения рекламы. Поэтому указание в спорных статьях информации о том, что телеканал «ТНТ – 43 Регион» занимает первое место в рейтинге телеканалов и новостных программ, является одним из важных показателей, определяющих привлекательность телеканала, прежде всего, для рекламодателя.

В соответствии с п. 1, 2, 3 ч. 1 ст. 14 ФЗ «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе: распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации; введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей, а также некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами.

Размещение информации о том, что телеканал «ТНТ – 43 Регион» (вещатель – ООО «Стар Плюс Киров») занимает первое место в рейтинге телеканалов и новостных программ, является неточным и некорректным по отношению к другим хозяйствующим субъектам, осуществляющим телевизионное вещание (может причинить им убытки), способно ввести в заблуждение потребителей относительно его действительного рейтинга, является актом недобросовестной конкуренции на рынке рекламной деятельности телевизионных каналов. Тем самым нарушается п. 1 и п. 4 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В силу п. 1, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

Под преимуществом следует понимать превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного товара или услуги иного/иных производителей. Как заявление о преимуществах, рассматриваются, в том числе формулировки, содержащие прилагательные в превосходной степени: «самый», «только», «лучший», «абсолютный», «единственный» и им подобные. В таких случаях необходимо фактическое и документальное обоснование использования этих слов (заключения независимых экспертов и собственные исследования), иначе реклама признается недостоверной и ненадлежащей.

В данном случае, исходя из текста статей, в рекламе присутствует указание на то, что телекомпания «ТНТ – 43 Регион» вышла на первое место в рейтинге телекомпаний (телеканалов). Согласно толковому словарю русского языка под редакцией С.И.Ожегова и Н.Ю.Шведова, одно из значений слово «первый» - лучший из всех в каком-то отношении.

Таким образом, информацию в спорной рекламе можно воспринимать именно как позиционирование телеканала «ТНТ – 43 Регион» как лучшего телевизионного телеканала, т.е. как подтверждение того, что рассматриваемый субъект, занимает привилегированное положение среди своих конкурентов по разным критериям, в том числе по рейтингу новостных передач и ежедневному просмотру телеканалов.

При этом, предоставляя недостоверную информацию неопределенному кругу лиц, неправомерно и необоснованно создается преимущество рекламируемого товара перед товарами других хозяйствующих субъектов на рынке, так как внимание потребителей привлекается к одному хозяйствующему субъекту – телеканалу «ТНТ – 43 Регион» (организация вещатель – ООО «Стар Плюс Киров»).

Таким образом, в рассматриваемой рекламе нарушается п. 1 ч. 3 ст. 5 закона - создается преимущество телеканалу «ТНТ – 43 Регион» по сравнению с другими телеканалами.

Помимо этого, указание о телеканале «ТНТ-43 Регион» как занимающем первое место среди телеканалов, содержит не достоверную информацию о самом хозяйствующем субъекте оказывающем рекламируемые услуги, что нарушает п. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п. 13 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар.

Согласно толковому словарю русского языка под редакцией , «спрос» - это предложение на товары со стороны покупателя.

Спрос представляет собой потребность общества в данном товаре, определенную в количественной и стоимостной форме, это количество товаров и услуг, которые могут быть реализованы в конкретный период при существующем уровне цен. На конкурентном рынке аналогичных товаров спрос на стороне более качественных или более дешевых (если качественные показатели примерно одного уровня).

Рассматриваемая реклама информирует потребителя о том, что телеканал «ТНТ – 43 Регион» вышел на первое место в рейтинге телеканалов, тем самым имеет наибольший спрос на вышеуказанный телеканал со стороны телезрителей. Распространение такой информации допустимо лишь в том случае, если заявленный спрос на рекламируемый товар действительно существует на рынке и величина его не преувеличена (а также не занижен показатель спроса на иной товар).

Так как материалами дела информация о размере спроса на телеканал «ТНТ – 43 Регион» не подтверждается, она считается не достоверной.

Тем самым нарушается п. 13 ч. 3 ст. 5 Закона - предоставлена недостоверная информация о фактическом размере спроса на телеканал «ТНТ – 43 Регион», что является важным для рекламодателей при решении вопроса о том, где разместить свою рекламу.

Кроме того, из текста статей, размещенных ООО «Стар Плюс Киров» в периодических печатных изданиях следует, что исследование по определению рейтингов телеканалов было проведено в г. Кирове и восьми районах области, а именно: Кирово-Чепецком, Вятскополянском, Яранском, Омутнинском, Зуевском, Нолинском, Шабалинском, Уржумском.

Согласно отчету о проведенном исследовании (и приложенный к нему) в Яранском и Шабалинском районах респонденты опрошены не были, но, не смотря на это, в газетах указано, что в данных районах исследование проводилось.

Помимо этого, в статьях сообщается о количестве опрошенных респондентов в каждом районе. Общий объем респондентов составляет 1302 человека, из них: в г. Кирове – 400 чел., в Вятскополянском районе – 180 чел., Кирово-Чепецком р-не – 220 чел., Яранском р-не – 120 чел., Омутнинском р-не – 180 чел., Зуевском р-не – 100 чел., Нолинском р-не – 52 чел., Шабалинском и Уржумском р-нах – 50 человек.

Данная информация противоречит результатам пилотажного исследования. Так, в приложении к отчету указаны следующие показатели по количеству опрошенных респондентов: г. Киров – 402 чел., Уржумском – 100 чел., Омутнинском – 150 чел., Нолинском – 100 чел., Зуевском – 150 чел., Кирово-Чепецком – 200 чел., Вятскополянском – 200 человек. При этом, общее количество опрошенных, заявленных в газетах и в отчете, совпадает.

Таким образом, в статьях предоставлена недостоверная информация о количестве респондентов, опрошенных в районах области. Ни по одному из районов количество опрошенных респондентов, указанных в отчете по результатам исследований и заявленным в газетах, не совпадают, и это позволяет предположить, что ответчик ООО «Стар Плюс Киров» самостоятельно проводил свои исследования. Объяснить подобное расхождение в данных, представитель телеканала не смог.

Также, по тексту статей сообщается, что на первое место среди новостных программ вышли «Новости 43 Регион» (их отметили 54 % опрошенных), на втором месте – «Вести – Кировская область» (28% опрошенных), на третьем месте – «Бюро новостей «Давеча» (19% опрошенных, преимущественно проживающих в г. Кирове и Кирово-Чепецке), на четвертом – «Город» (15% опрошенных, преимущественно проживающих в г. Кирове), на пятом – «Новости 24 центр» (10 % опрошенных, преимущественно проживают в г. Кирове и Кирово-Чепецке). Эти показатели соответствуют данным, представленным в отчете по исследованиям, проведенным ООО РИА «Медиа-Аналитик».

Но, в тоже время, в газете «Комсомольская правда», «Вятский наблюдатель» приведена таблица рейтинга новостных передач, где представлены иные показатели, а именно указано следующее:

- «Новости 43 Регион» (54% респондентов);
- «Вести-Кировская область» (51% респондентов);
- «Бюро новостей «Давеча» (34% респондентов);
- «Город» (25% респондентов);
- «Новости 24 Центр» (24% респондентов).

В соответствии с п. 11 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о результатах исследований и испытаний.

В связи с тем, что в статьях, размещенных в газетах «Комсомольская правда» и «Вятский наблюдатель», содержится недостоверная информация о результатах исследований и испытаний, а именно приводятся данные, которые не находят своего отражения в отчете по проведенным исследованиям, нарушается п. 11 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, было установлено, что публикации сопровождалась графиками рейтингов новостных программ, которые содержали противоречивую информацию, неподтвержденную ни исследованиями, ни самим текстами статей.

На заседании Комиссии представитель ООО «Стар Плюс Киров» пояснил, что Обществом не разрабатывались графические изображения в статьях, они были разработаны редакциями газет самостоятельно. Однако данный довод нельзя считать состоятельным, так как в соответствии с договорами на размещении рекламы, заказчик - ООО «Стар Плюс Киров», самостоятельно несет ответственность в части содержания рекламной информации, размещенной в газетах. В материалах дела отсутствуют документы (и Обществом они не заявлялись), подтверждающие тот факт, что ООО «Стар Плюс Киров» направляло какие-либо письменные претензии в редакции газет по факту размещения статей.

Представленные ООО «Стар Плюс Киров» реестры лицензий конкурентов на деятельность по телерадиовещанию, распечатанные с Интернета, не могут быть приняты во внимание, так как данная информация опровергается имеющимися материалами дела, в частности лицензиями (с приложениями) на вещание телеканалов, а также картами зон уверенного приема сигнала телевизионных передатчиков телеканалов: СТС – 9 Канал, РЕН ТВ (Рен Киров), 33 Канал.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 и 4 ч. 2, п. 1 ч. 3, п. 11, 13, 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

В соответствии с договорами на оказание рекламных услуг № 149 от 15.07.2010г., счетом на оплату № 505 от 15.07.2010г., договором № 75 от 20.07.2010г., счетом на оплату № 181 от 20.07.2010г. рекламодателем рассматриваемых рекламных статей, размещенных в газетах: «Комсомольская правда» и «Вятский наблюдатель» является ООО «Стар Плюс Киров».

ООО «Стар Плюс Киров» осуществляет вещание телеканала «ТНТ – 43 Регион», зарегистрирован в качестве юридического лица (свидетельство о гос. регистрации юридического лица от 10.03.2004 года). Общество работает на рынке телевидения длительное время, имеет необходимую информацию о своих конкурентах, действующих на данном рынке. В том числе, оно имеет представление и о территории распространения тех или иных телевизионных компаний, а поэтому не могло не знать, что ни «СТС-9 Канал», ни «33 Канал», ни РЕН ТВ (Рен Киров) не вещают на территориях, где происходил опрос респондентов.

Следовательно, ООО «Стар Плюс Киров», согласовывая перечень районов опроса респондентов (приложение № 2 к отчету), заранее знало, что телеканалы: «СТС-9 Канал», 33 канал, РЕН ТВ (Рен Киров) не осуществляют вещание в Вятскополянском, Зуевском, Нолинском, Омутнинском, Уржумском районах, а телеканал «ТНТ-43 Регион» вещание в указанных районах осуществляет. Поэтому вышеперечисленные районы для проведения исследования были выбраны именно с целью повышения показателей рейтинга телеканала «ТНТ-43 Регион».

Все вышеуказанное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине рекламодателя - ООО «Стар Плюс Киров».

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем 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, в соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов РФ об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта РФ предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были предприняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Виновность ООО «Стар Плюс Киров» выразилась в том, что оно не предприняло никаких действий со своей стороны по пресечению и недопущению противоправных действий, посягающих на принципы законности, добросовестности, разумности, справедливости, хотя такая возможность у Общества имелась.

ООО «Стар Плюс Киров» является профессиональным участником рынка телевизионного вещания, поэтому к нему предъявляются повышенные требования. В данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключалась в том, что размещенная в спорных статьях информация вводит в заблуждение потребителей относительно действительного рейтинга телеканалов и новостных программ.

Каких-либо доказательств, свидетельствующих о принятии Обществом мер по исполнению публично-правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, предусмотренных п. 1 и 4 ч. 2, п. 1, 11, 13, 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», по не допущению правонарушения и невозможности его предотвращения, не было представлено.

О дате, месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении ООО «Стар Плюс Киров» извещено надлежащим образом, что подтверждается отметкой в почтовом уведомлении от 12.11.2010 года. На рассмотрение протокола законный представитель Общества – директор ООО «Стар Плюс Киров» < > не являлась, ходатайств об отложении не заявляла. Так как документы и материалы, необходимые для рассмотрения административного дела имелись в полном объеме, оно рассмотрено в ее отсутствие.

В своих письменных объяснениях к протоколу, директор ООО «Стар Плюс Киров» < >., пояснила следующее: «Опубликованные в газетах материалы представляют собой социологическое исследование, которое имело своей целью определение рейтинговых предпочтений жителей Кировской области и факторов, влияющих на рейтинг телевизионных каналов. Опубликование результатов исследования в газетах Кировской области возможно только на возмездной основе, поэтому в статьях идет указание, что они являются рекламой. ООО «Стар Плюс Киров» при определении территории опиралось на общедоступные сведения относительно территории вещания других телевизионных каналов (сайт Роскомнадзора), которые тождественны со сведениями, указанными в лицензиях на вещание. Также отсутствуют сведения относительно причинения вреда другим телеканалам. Кроме того, просим учесть тяжелое материальное положение Общества. На основании изложенного просим при назначении наказания ограничиться устным замечанием».

Данные доводы не состоятельны в виду следующего.

Как указано выше, обе спорные публикации по своему содержанию полностью соответствуют понятию, данному в статье 3 Закона, и являются рекламой. При этом рекламный характер той или иной статьи определяется её содержанием, а не наличием пометки об этом. Подтверждение оплаты конкретным лицом, свидетельствует о том, что именно оно определило объект рекламирования и содержание рекламы.

Антимонопольный орган при определении территории вещания телевизионных каналов руководствовался лицензиями на телевизионное вещание, а также картами зон уверенного приема сигнала телевизионных передатчиков. В приложениях к лицензиям раскрывается информация о конкретных районах области, где осуществляется вещание телеканала. Данная информация была предоставлена непосредственно Роскомнадзором. Всем участникам неоднократно предлагалось ознакомиться с имеющимися в деле документами. Представитель ООО «Стар Плюс Киров» отказался знакомиться с документами, о чем имеется соответствующая запись в протоколе заседания комиссии.

Учитывая то, что Общество длительное время осуществляет свою деятельность, оно не может не знать, что территория телевизионного вещания, представленных на рынке Кировской области хозяйствующих субъектов, различная, не может распространяться на всю Кировскую область и быть сопоставимой.

В рассматриваемом случае не требуется установление причинения вреда конкурентам. Достаточно того, что он мог быть причинен, но по причинам, абсолютно не зависящим от ООО «Стар Плюс Киров», не сказался отрицательно на состоянии дел других субъектов. Следует учитывать и тот факт, что круг потребителей рекламы не замыкается только на других телевизионных каналах, а в силу закона является неопределенным.

Поэтому, в данном случае Общество, своими действиями нарушив конкретные нормы действующего законодательства, а именно п. 1 и 4 ч. 2, п. 1, 11, 13, 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», не исполнило публично-правовые обязанности в сфере рекламного законодательства.

При квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств дела. В рассматриваемом случае такие обстоятельства как имущественное положение Общества, а также отсутствие сведений о причинении вреда другим телевизионным каналам не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения.

При рассмотрении протокола присутствовал представитель по доверенности ООО «Стар Плюс Киров» < >., который факт нарушения рекламного законодательства не признал.

При принятии решения о назначении размера административного штрафа финансовое положение ООО «Стар Плюс Киров» учтено.

Отягчающих и смягчающих обстоятельств не выявлено.

Учитывая характер правонарушения, антимонопольный орган не видит оснований для применения ст. 2.9 КоАП РФ и признания его малозначительным.

Руководствуясь статьями 3, 5, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.10, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПО С Т А Н О В И Л:

1. Признать ООО «Стар Плюс Киров» виновным в совершении правонарушения предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.
2. Применить к **ООО «Стар Плюс Киров»** меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере **100 000 (сто тысяч) рублей**.

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 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа ООО «Стар Плюс Киров» надлежит представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области копии платежных документов. В соответствии с ч. 1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд по месту рассмотрения дела в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Зам. руководителя управления

<.....>