

Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председателя
комиссии: - Шевченко Владимира Ивановича, руководителя
управления,
- Пятериковой Евгении Андреевны, специалиста-
эксперта отдела контроля рекламы,
недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания,

членов комиссии:
- Ташпулатовой Гулбахар Махмаджановны,
специалиста-эксперта отдела контроля рекламы,
недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания,

рассмотрев материалы дела № 06-11/16-17 по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы объекта рекламиrowания, одобряемого органом государственной власти, в присутствии заявителя, представителей Законодательной Думы Томской области: А. , Ж., без участия представителей ООО «ГК «Карьероуправление», ООО «Редакция «Красное Знамя», надлежащим образом уведомленных о времени и месте заседания комиссии,

УСТАНОВИЛА:

В Томское УФАС России поступило обращение сопредседателя общественной организации, в котором указывается о нарушении законодательства о рекламе, которое выразилось в следующем.

Заявитель сообщает, что на официальном сайте Законодательной Думы Томской области размещен рекламный материал «Екатерина Собканюк: Северный парк будет прекрасным местом для жизни», в котором содержится реклама ООО «ГК «Карьероуправление» и строительства им мкр. Северный парк.

По данному факту определением от 22.02.2017 возбуждено производство по настоящему делу по признакам нарушения п. 2 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе.

Представители Законодательной Думы Томской области (далее – Дума) с доводами заявителя не согласились и пояснили следующее: материал с заголовком «Екатерина Собканюк: Северный парк будет прекрасным местом для жизни» размещен на сайте Законодательной Думы Томской области в рамках Соглашения о реализации проекта по строительству жилья экономического класса в рамках программы «Жилье для российской семьи». При этом исходным материалом для размещения на сайте Думы послужила статья газеты «Красное Знамя» с заголовком «Кто сказал, что север – крайний». Сотрудником Думы, ответственным за размещение новостной информации на Интернет-сайте Думы, определен иной заголовок в соответствии с установленным форматом «имя ньюсмейкера+цитата его прямой речи из текста», а также определено содержание рассматриваемого материала, поскольку его текст основан на статье газеты «Красное Знамя». Однако на сайте Думы статья опубликована частично, самостоятельно определены части статьи, которые в последствии сформированы в единый материал и опубликованы на сайте под новым заголовком.

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения сторон, Комиссия считает установленным следующее.

Согласно п. 4 ч. 2 ст. 4 Закона о рекламе настоящий Федеральный закон не распространяется на сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой.

В соответствии с п.1 ст.3 Закона о рекламе реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламиrowания, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; объект рекламиrowания - 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.

Рассматриваемая информация в виде материала с заголовком «Екатерина Собканюк: Северный парк будет прекрасным местом для жизни», размещенного на Интернет-сайте Думы (https://duma.tomsk.ru/news/news_zdto/ekaterina_sobkanjuk_severnyj_park_budet_prekrasnym_mestom_dlja_zhizni), что установлено актом осмотра Интернет-сайта Думы от 22.02.2017, обладает признаками, указанными в п.1

ст. 3 Закона о рекламе, на основании следующего.

Рассматриваемый материал адресован неопределенному кругу лиц и направлен на привлечение внимания не только к государственной программе «Жилье для российской семьи», но и к организации, осуществляющей строительство в указанном микрорайоне – «Карьероуправление», а также квартирам застройщика, формирование или поддержание интереса к ней и ее продвижение на рынке. Так по всему объему текста рассматриваемого материала использованы повторы, акцентирующие внимание на определенных характеристиках жилья застройщика «Карьероуправление» («...прорисовываются первые этажи совершенно необычных для Томска домов из разноцветного кирпича - от терракотового до желтого...», «...Северный парк, расположенный в непосредственной близости от областного центра, должен стать одним из комфортных и экологичных микрорайонов пригорода: кроме того, что дома строятся из самого «природного» материала - кирпича, все они не выше 4 этажей...», «...Екатерина Мефодиевна убеждена, что Северный парк будет прекрасным местом для жизни: без привычной скученности домов, уютный и красивый. Что касается качества, то его гарантирует использование керамического кирпича собственного производства. Это не только высокие теплоизоляционные свойства и механическая прочность, но и эстетика. Уже сейчас можно увидеть, как «играет» кладка из красного, желтого, коричневого, терракотового кирпича...»). Кроме того, рассматриваемый материал содержит иные указания на особенности объекта рекламирования: «...новый микрорайон Северный парк, строительство которого начинается на левобережье группа компаний «Карьероуправление...», «...Сейчас вокруг будущего микрорайона Северный парк, у которого есть все шансы стать одним из самых красивых и престижных в городе...», «...Северный парк, расположенный в непосредственной близости от областного центра, должен стать одним из комфортных и экологичных микрорайонов пригорода...» и т.д.

В тексте материала, размещенного на Интернет-сайте Думы, присутствует указание на то, что организация «Карьероуправление», осуществляющая строительство в микрорайоне, одобряется депутатом Законодательной Думы области М: «...То, что строит Собканюк, - это новое качество жизни как для города, так и для истории строительства. Наконец-то появляются дома, в которых и должен жить человек в Сибири! Настоящие родовые гнезда, а не клетушки в малометражках. Тот поселок, который уже построило «Карьероуправление», Екатерина Мефодьевна, это подтверждает. Честь ей за это и хвала. Отважная женщина. Знаете, ведь нам, строителям, очень невыгодна малоэтажная застройка. Нам дай волю - построить бы 200-этажную башню на площади в центре города и радоваться! Малоэтажное жилье дорого. Даже если это четыре этажа. Она строит не дома, а среду обитания...».

Таким образом, рассматриваемый материал с заголовком «Екатерина Собканюк: Северный парк будет прекрасным местом для жизни», размещенный на Интернет-сайте Думы, содержит сведения рекламного характера, соответственно, является рекламой, следовательно, на его содержание распространяются требования Закона о рекламе. Объектом рекламирования является застройщик ООО «ГК «Карьероуправление», а также строящееся жилье данной организации. Вместе с тем, Комиссией Томского УФАС установлено, что жилье в микрорайоне «Северный парк» реализовывалось ООО «ГК «Карьероуправление» не только лицам, участвующим в государственной программе «Жилье для российской семьи» с ценой 35 000 рублей за м², но и иным лицам по коммерческим ценам, превышающим 35 000 рублей за м², что подтверждается актами осмотра Интернет-сайта ООО «ГК «Карьероуправление» (<http://sever.gkkarier.ru/>) от 15.03.2017, 17.03.2017.

Согласно пояснениям сотрудника Думы, разместившего материал «Екатерина Собканюк: Северный парк будет прекрасным местом для жизни» на Интернет-сайте Думы, информационное сообщение на официальном сайте Думы сделано с акцентом на оценке депутатами хода реализации одной из государственных программ.

При этом комиссией Томского УФАС установлено, что в рассматриваемом материале описана деятельность Е.М. Собканюк как генерального директора «Карьероуправление», а не депутата Думы. Оценочные суждения депутата Законодательной Думы Томской области М также относятся не к государственной программе и не депутату Е. М. Собканюк, а к строительной организации «Карьероуправление» и ее руководителю.

В силу п.2 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе в рекламе не допускаются указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами.

В рассматриваемом материале, размещенном на Интернет-сайте Думы, присутствует одобрение как со стороны органа государственной власти («В областной администрации считают, что Северный парк, расположенный в непосредственной близости от областного центра, должен стать одним из комфортных и экологичных микрорайонов пригорода...»), так и со стороны должностного лица Законодательной Думы Томской области – депутата М («То, что строит Собканюк, - это новое качество жизни как для города, так и для истории строительства. Наконец-то появляются дома, в которых и должен жить человек в Сибири! Настоящие родовые гнезда, а не клетушки в малометражках. Тот поселок, который уже построило «Карьероуправление», Екатерина Мефодьевна, это подтверждает. Честь ей за это и хвала. Отважная женщина. Знаете, ведь нам, строителям, очень невыгодна малоэтажная застройка. Нам дай волю -

построить бы 200-этажную башню на площади в центре города и радоваться! Малоэтажное жилье дорого. Даже если это четыре этажа. Она строит не дома, а среду обитания...»).

Таким образом, содержание рекламы с заголовком «Екатерина Собканюк: Северный парк будет прекрасным местом для жизни», размещенного на Интернет-сайте Думы, не соответствует требованиям п. 2 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку рассматриваемый материал размещен законодательным (представительным) органом государственной власти Томской области на Интернет-сайте Думы, в тексте рекламы указывается об одобрении объекта рекламирования депутатом Законодательной Думы Томской области М, а также областной администрацией Томской области.

В соответствии с п.4 ст. 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно пояснениям, представленным как Законодательной Думой Томской области, так и заинтересованным лицом, привлеченным к участию в деле, а именно ООО «ГК «Карьероуправления», договор на размещение рассматриваемого рекламы на Интернет-сайте Думы ООО «ГК «Карьероуправления» с Думой не заключало, текст рекламы не согласовывался, равно, как и не осуществляло оплату соответствующей рекламы.

В ходе рассмотрения дела комиссией антимонопольного управления установлено, что Думой самостоятельно определено содержание рекламы, а также заголовок рассматриваемого материала, кроме того, реклама размещена на официальном Интернет-сайте Законодательной Думы Томской области, следовательно, Законодательная Дума Томской области является рекламодателем и рекламораспространителем рекламы.

На основании представленных пояснений представителей Законодательной Думы Томской области, а также акта осмотра Интернет-сайта Думы от 17.03.2017 установлено, что рекламный материал с заголовком «Екатерина Собканюк: Северный парк будет прекрасным местом для жизни» удален с Интернет-сайта Думы и не распространяется. Таким образом, основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе отсутствуют.

Комиссия Томского УФАС России, руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1, ч.3 статьи 36 Закона о рекламе, п.37 - п.42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную на Интернет-сайте Законодательной Думы Томской области, в форме материала с заголовком «Екатерина Собканюк: Северный парк будет прекрасным местом для жизни», поскольку в ней нарушены требования п. 2 ч.5 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение антимонопольного органа может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня принятия решения.