

РЕШЕНИЕ

29 июня 2011 г.

г. Биробиджан

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

Председатель Комиссии:

Русанова Е.Н. – заместитель руководителя - начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы;

Члены Комиссии:

Павельева Л.В. – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

Балобанов П.В. - специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

в присутствии главного редактора муниципального учреждения «МИГ» <...>, юриста мэрии г. Биробиджана <...> (по доверенности), рассмотрев материалы дела № 4/04-р по признакам нарушения требований статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» муниципальным учреждением «Муниципальная информационная газета» (ул. Ленина, 29, г. Биробиджан, ЕАО, 679016),

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, Управлением Федеральной антимонопольной службы по Еврейской автономной области в газете «Муниципальная информационная газета» (далее – газета «МИГ») № 22 от 2 июня 2011 года отслежены статьи:

1. «Перспективы компании «Бридер» (стр. 5);
2. «За упаковкой – в Биробиджан» (стр.5);
3. «Новый образ «Виктории» (стр. 6);
4. «Стройэлитцентр» взрастил «Лотос» (стр. 6).

Вышеназванные статьи являются рекламными, поскольку соответствуют признакам рекламы, закрепленным в статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»), согласно которой реклама –

информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно Свидетельству о регистрации средства массовой информации от 16.12.2010 ПИ № ТУ 27-00162 газета «МИГ» является общественно-политической газетой, с объемом размещаемой рекламы не более 40%.

В соответствии с требованиями статьи 16 ФЗ «О рекламе», размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Однако в содержании указанных рекламных материалов отсутствует информация об их рекламном характере, что противоречит требованиям статьи 16 ФЗ «О рекламе».

До рассмотрения дела главный редактор муниципального учреждения «Муниципальная информационная газета» представил объяснения о том, что в газете «МИГ» от 2 июня 2011 года был опубликован специальный выпуск, посвященный совещанию при губернаторе области по вопросам социально-экономического развития МО «Город Биробиджан» на 2011-2015 годы. На 1 и 3 страницах есть на это указания. Данные статьи носят справочно-информационный, а не рекламный характер, в статьях приведены справочные материалы, экономические показатели и статистические данные об объемах выпуска продукции, количестве рабочих мест, налоговых отчислениях. Материалы этих презентаций были переданы мэрией. При подготовке к публикации главным редактором газеты не были учтены требования закона «О рекламе». Авторы хотели показать предприятия только с лучшей стороны, но не подумали, что это может восприниматься именно как реклама. Посчитали, что раз не указаны адреса и телефоны, то это и не реклама.

В заседании Комиссии <...> заявил, что цель опубликования данных статей - познакомить читателей с предприятиями, которые являются лицом города, формируют экономический потенциал и планируют инвестиционные проекты, статьи опубликованы бесплатно.

<...> подтвердила, что при подготовке статей не преследовалась цель продвижения товаров на рынке, в статьях рассказывается о предприятиях города. Мэрией города Биробиджана до проведения совещания по теме «Социально-экономическое развитие муниципального образования «Город Биробиджан» Еврейской автономной области на 2011-2015 годы» МУ «МИГ» было дано задание подготовить специальный выпуск муниципальной информационной газеты.

На основании свидетельства о регистрации средства массовой информации от 16.12.2010 ПИ № ТУ 27-00162 учредителем газеты «МИГ» является

мэрия города муниципального образования «Город Биробиджан» Еврейской автономной области.

Газету «МИГ» выпускает муниципальное учреждение «Муниципальная информационная газета» (далее - МУ «МИГ»). МУ «МИГ» осуществляет деятельность на основании Устава, утвержденного решением городской Думы от № 92 11 января 2000 года, Свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц от 18 ноября 2010 года.

В соответствии с пунктом 2.2 Устава МУ «МИГ» учредитель вправе обязать редакцию поместить бесплатно и в указанный срок сообщение или материал от его имени.

Пунктом 3.2. Устава МУ «МИГ» установлено, что МУ «МИГ» выпускает еженедельную газету «Муниципальная информационная газета», осуществляет редакционную и рекламно-информационную деятельность.

Таким образом, при размещении рекламных материалов МУ «МИГ» должно соблюдать требования ФЗ «О рекламе».

Статья «Перспективы компании «Бридер» привлекает внимание читателей газеты «МИГ» к компании «Бридер» и к продукции, реализуемой данной компанией, такой как колбаса, ветчина, замороженные полуфабрикаты, мясные и рыбные деликатесы, салаты, паштеты, кулинарные изделия, торты и т.д.

Статья «За упаковкой – в Биробиджан» привлекает внимание читателей газеты к упаковочной продукции – гофрокартону, упаковке из гофрокартона, индивидуальной пластиковой упаковки, выпускаемой ООО «ДВ-Упак Сервис».

Статья «Новый образ «Виктории» рассказывает о предприятии «Виктория» как о хорошем производителе продукции для массового потребителя, о выпуске новой коллекции «Хорошее настроение», включающей в себя верхний трикотаж и чулочно-носочные изделия для современных деловых женщин.

Статья «Стройэлитцентр» взрастил «Лотос» направлена на привлечение внимания к строительной компании «Стройэлитцентр» как к лидеру по вводу жилья в эксплуатацию и к жилому комплексу «Лотос», возводимому данной компанией.

Данные статьи являются рекламными материалами, так как информация распространена в печатном издании, адресована неопределённому кругу лиц и направлена на привлечение внимания к компаниям «Бридер» и «Стройэлитцентр», ООО «ДВ-Упак Сервис», предприятию «Виктория», формирует и поддерживает интерес к данным хозяйствующим субъектам, товарам, работам, услугам, производимым и оказываемым данными предприятиями.

Рекламные материалы «Перспективы компании «Бридер», «За упаковкой – в Биробиджан», «Новый образ «Виктории», «Стройэлитцентр» взрастил «Лотос» не сопровождаются пометкой «реклама» или «на правах рекламы», что является нарушением статьи 16 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьи 16 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем указанных рекламных статей является МУ «МИГ».

В связи с изложенным следует, что МУ «МИГ» нарушена норма статьи 16 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать статьи: «Перспективы компании «Бридер», «За упаковкой – в Биробиджан», «Новый образ «Виктории», «Стройэлитцентр» взрастил «Лотос», не содержащие указания на их рекламный характер, размещенные в газете «МИГ» № 22 от 2 июня 2011 года, ненадлежащими, поскольку они нарушают требования статьи 16 ФЗ «О рекламе».

2. Признать МУ «МИГ» нарушившим статью 16 ФЗ «О рекламе», в части отсутствия пометок «реклама» или «на правах рекламы» в рекламных материалах.

3. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения рекламного законодательства до вынесения решения по делу.

4. Передать материалы дела должностному лицу Еврейского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в части нарушения законодательства о рекламе.

Решение изготовлено в полном объеме 30 июня 2011 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).

Председатель Комиссии:
Русанова

Е.Н.

Члены Комиссии:

Л.В. Павельева

П.В. Балобанов

Решением городской думы МО «Город Биробиджан» № 111 от 31.07.2009 на должность главного редактора муниципального учреждения «Муниципальная информационная газета» утвержден <.....>.

В соответствии с должностной инструкцией главного редактора газеты, главный редактор занимается редактированием сообщений и материалов для редакции. На основании п. 4.1.12 Устава МУ «МИГ» главный редактор несет ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности Редакции Федеральным законом от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», другими нормативными актами Российской Федерации.

Следовательно, главный редактор несет ответственность за соблюдение требований законодательства о рекламе.