

РЕШЕНИЕ

«16» июля 2009

г. Новосибирск

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

Т. В. Лопаткина - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

Ю. В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы, член Комиссии;

К. А. Киселев – специалист-эксперт отдела рекламы, член Комиссии;

В. В. Смышляев – старший специалист 1 разряда отдела анализа и взаимодействия с органами государственной власти, член Комиссии

рассмотрев дело №20 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении Общества с ограниченной ответственностью. «Издательский дом «Сибирь-Пресс» (далее – ООО «ИД «Сибирь-Пресс») (юридический адрес: 630007, г. Новосибирск, ул. Советская, д.5, корпус А, этаж 9; адрес местонахождения: 630132, г. Новосибирск, ул. Челюскинцев, д.50), по факту распространения информации, содержащей признаки нарушения:

- ст.16 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», согласно которой размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

В присутствии:

заявителя Закрытое акционерное общество «Коммерсантъ» в Новосибирске» – представители: Генеральный директор ЗАО «Коммерсантъ» в Новосибирске» <...> (на основании Протокола заседания Совета директоров ЗАО «Коммерсантъ» в Новосибирске»); представитель по доверенности <...> ,

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона «О рекламе» ООО «ИД «Сибирь-Пресс», представитель <...>, действующая по Доверенности,

УСТАНОВИЛА

В Новосибирское УФАС России поступило заявление (вх. №1717 от

23.03.2009г.) генерального директора ЗАО «Коммерсантъ» в Новосибирске» <...>и руководителя юридической службы ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом» в отношении ООО «ИД «Сибирь-Пресс» по факту размещения в газете «Континент Сибирь» №8 от 06.03.2009г. статей «Сибирский банк Сбербанка России поддержит деловую активность женщин» и «Главная задача – обеспечить качество питьевой воды» с нарушением ст.16, ч.1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – закон о рекламе).

Новосибирским УФАС России проведена проверка, по результатам которой установлено следующее.

В соответствии со 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 рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; объект рекламирования - 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.

В соответствии с ч. 1 ст. 28 закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Из анализа содержания статьи «Сибирский банк Сбербанка России поддержит деловую активность женщин» следует, что в марте 2009г. в г. Новосибирске состоялось заседание Клуба женщин-предпринимателей города Новосибирска. Сибирский банк Сбербанка России фигурирует только как место проведения встречи. В статье не указаны конкретные продукты, предлагаемые Сбербанком потребителям, указаны только некоторые виды деятельности. Данная статья привлекает внимание именно к заседанию Клуба женщин-предпринимателей и носит информативный характер. Таким образом, реклама финансовых услуг в статье отсутствует, следовательно, нарушения ч.1 ст.28 закона о рекламе не имеется.

Темой статьи «Главная задача – обеспечить качество питьевой воды» является Всероссийская конференция производителей бутилированной воды, прошедшая в г. Новосибирске. Местом проведения конференции был завод компании «Чистая вода». В данной статье содержится, в том числе, следующая информация:

- «...завод Компании Чистая вода, построенный по международным стандартам NSF...»;

- «...Директор компании Чистая вода <...>поддержала предложение по свободному обмену опытом: «Мы работаем и намерены работать в дальнейшем в полном соответствии с международными стандартами»...»;

- «...Компания Чистая вода работает на рынке бутилированной воды с 1998 года ... «Политика нашей компании в области качества включает в себя «Хорошие

производственные практики», систему управления безопасностью НАССР, схему контроля качества, программу отзыва продукции, программу безопасности, а также ряд других процедур и регламентов, прямо или косвенно влияющих на качество выпускаемой продукции...Мы внедриli его (стандарт «Хорошие производственные практики») у себя и готовы поделиться опытом, так как считаем, что это единственно возможный путь производства гарантированно качественного и безопасного продукта...»;

- «...В Компании Чистая вода «Хорошие производственные практики» разрабатывались на базе рекомендаций, полученных от российских и зарубежных компаний...»;

- «...Еще одним важным документом, регламентирующим работу предприятия, является разработанная в компании система управления безопасностью НАССР...»;

- «...Это совместный проект Компании Чистая вода и департамента здравоохранения администрации Новосибирской области. В ходе него в течение четырех месяцев несколько сотен учащихся двух новосибирских школ начали получать бутилированную воду, произведенную Компанией Чистая вода...».

Кроме того, на той же полосе, рядом со статьей «Главная задача – обеспечить качество питьевой воды» располагается рубрика «Прямая речь». В данной рубрике приведены высказывания участников конференции:

- «...Завод Компании Чистая вода является одним из лучших в Европе. Крупнейшие производители собрались в Новосибирске, чтобы посмотреть, как работает данное предприятие... Новосибирское предприятие превосходит многие западные аналоги... Сегодня в нашей стране мы видим предприятие, которое можно показать зарубежным коллегам»;

- «Компания Чистая вода является одной из крупнейших компаний в России... Выбрана самая лучшая в мире машина, обеспечен многоуровневый контроль качества...»;

- «Завод Компании Чистая вода – один из лучших заводов... Однако в Компании Чистая вода уверены, что лучше перестраховаться, но в случае возникновения опасности бракованная продукция гарантированно не попадет в сеть...»;

- «Завод Компании Чистая вода великолепен, это одно из самых привлекательных предприятий страны в плане обмена опытом... Особенности Компании Чистая вода в том, что она не работает через посредников, осуществляя только прямую доставку. А так многие хотели бы брать именно эту воду для распространения...»;

- «...Фактически все, что мы здесь увидели (на заводе Компании Чистая вода) – новый стандарт производства...»;

- «...Попадая на завод Компании Чистая вода, чувствуешь глобальность подхода... Продемонстрировано идеальное европейское производство... Установленное на заводе оборудование – техника завтрашнего дня...»;

- «...Компания Чистая вода работает по международным стандартам... Вся эта работа направлена на обеспечение 100%-ной безопасности и качества

продукции...».

Таким образом, статья и размещенная рядом рубрика «Прямая речь» привлекают внимание именно к компании «Чистая вода», к результату деятельности компании, т.е. к питьевой воде, следовательно, способствуют продвижению на соответствующем сегменте рынка самой компании «Чистая вода» и продукции, производимой данной компанией, т.е. являются рекламой.

Из материалов проверки следует, что газета «Континент Сибирь» зарегистрирована как информационная (деловая), реклама не более 40% (Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ФС77-33972 от 07.11.2008г.).

В соответствии со ст. 16 закона 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». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

При этом статья «Главная задача – обеспечить качество питьевой воды» и рубрика «Прямая речь» не содержит пометку «реклама» или «на правах рекламы», что указывает на признаки нарушения ст. 16 закона о рекламе.

Согласно свидетельству о регистрации СМИ, а также выходным данным газеты, учредителем и издателем газеты «Континент Сибирь» является Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Сибирь-Пресс».

Ответственность за нарушение ст. 16 закона о рекламе несет рекламораспространитель, т.е. ООО «Издательский дом «Сибирь – Пресс» (ч.7 ст.38 закона о рекламе).

В отзыве на определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе ООО «Сибирь-Пресс» заявляет, что оценка фраз, в которых упоминается компания «Чистая вода», в отрыве от всего текста может привести к неверной оценке назначения и смысла материала. Для отнесения или не отнесения статьи к категории рекламы заключение должно быть отнесено ко всему тексту в целом, а не к отдельным его элементам – заголовку, предложениям и т.д.

Данный довод не принят Комиссией, т.к. при принятии решения об отнесении данной статьи к рекламе, проводился анализ всего текста статьи и рубрики «Прямая речь» в совокупности по содержанию, а также по способу изложения информации. В частности, при том, что в конференции участвовали несколько компаний - производителей бутилированной воды, в статье освещается деятельность только компании «Чистая вода», также и в рубрике «Прямая речь» изложены преимущества компании «Чистая вода» перед другими производителями.

Также ООО «ИД «Сибирь-Пресс» в своем отзыве утверждает, что в статье отсутствуют все признаки рекламы, следовательно, изложенную информацию нельзя признать рекламной.

Данный довод также не принят Комиссией по основаниям, изложенным выше.

Также в отзыве ООО «ИД «Сибирь-Пресс» говорится о том, что рассматриваемая информация посвящена внутреннему рынку производства бутилированных вод, одним из участников которого является компания «Чистая вода», и является информационной. Следовательно, в соответствии со ст.2 Закона «О рекламе», на нее не распространяются требования данного Закона.

Данный довод не принят Комиссией по следующим основаниям. В соответствии со ст.2 Закона «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. При этом, как доказано выше, рассматриваемая информация привлекает внимание к компании «Чистая вода», к результату деятельности компании, т.е. к питьевой воде, следовательно направлена на поддержание интереса к компании и продвижение ее и производимой компанией продукции на рынке.

Кроме того, ООО «ИД «Сибирь-Пресс» указывает на то, что в разделе «Прямая речь» приведены мнения участников конференции, их оценка и отношение к результатам конференции. Право высказывать свое мнение гарантировано Конституцией РФ.

Данный довод также не принят Комиссией Новосибирского УФАС России по следующим основаниям.

Закон «О рекламе» применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, следовательно, регулирует отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы на рынках товаров, работ, услуг Российской Федерации, связанных с использованием денежными средствами граждан (физических лиц) и юридических лиц. Закон «О рекламе» направлен на регулирование правовых отношений по производству, размещению и распространению рекламы. Эти отношения по своей природе являются гражданско - правовыми, поскольку они возникают при осуществлении предпринимательской деятельности, в данном случае предпринимательской деятельности по производству, размещению и распространению рекламы, и в соответствии со статьей 2 ГК Российской Федерации должны регулироваться гражданским законодательством. Следовательно, в рассматриваемом аспекте законодательство о рекламе призвано регулировать именно те отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, которые являются предметом гражданского законодательства. В соответствии с Конституцией Российской Федерации гражданское законодательство находится в ведении Российской Федерации. Гражданское законодательство состоит из настоящего Кодекса и принятых в соответствии с ним иных федеральных законов (ст.3 ГК РФ).

Кроме того, гарантия свободы мысли и слова, а также право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию закреплено в статье 29 Конституции Российской Федерации и относится к основным правам и свободам человека и гражданина, регулирование которых в силу статьи 71 (пункт «в») Конституции Российской Федерации находится в ведении Российской Федерации. Права и свободы человека и гражданина, в том числе связанные с получением рекламной информации, могут быть ограничены только федеральным законом и только в той мере, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства (статья 55, часть 3 Конституции Российской Федерации).

Следовательно, осуществление гарантированного Конституцией права высказывать свое мнение должно производиться с учетом иных федеральных законов, в данном случае Закона «О рекламе».

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства о рекламе, признаётся ненадлежащей (п.4 ст.3 Закона «О рекламе»). Ненадлежащая реклама не допускается.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА

1. Признать Общество с ограниченной ответственность. «Издательский дом «Сибирь-Пресс» (юридический адрес: 630007, г. Новосибирск, ул. Советская, д.5, корпус А, этаж 9; адрес местонахождения: 630132, г. Новосибирск, ул. Челюскинцев, д.50), нарушившим:

- ст.16 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», согласно которой размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации,

а статью рекламного содержания «Главная задача – обеспечить качество питьевой воды» и рекламную информацию в рубрике «Прямая речь», распространявшуюся в газете «Континент Сибирь» №8 от 06.03.2009г., ненадлежащей рекламой.

2. Выдать Обществу с ограниченной ответственность. «Издательский дом «Сибирь-Пресс», предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «17» июля 2009 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Т. В. Лопаткина

Члены Комиссии

Ю. В. Виногорова

К. А. Киселев

В. В. Смышляев

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

«16» июля 2009

г. Новосибирск

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

Т. В. Лопаткина - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы;

Ю. В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы, член Комиссии;

К. А. Киселев – специалист-эксперт отдела рекламы, член Комиссии;

В. В. Смышляев – старший специалист 1 разряда отдела анализа и взаимодействия с органами государственной власти, член Комиссии;

на основании своего решения от 24 июня 2009 г. по делу № 20 в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Сибирь-Пресс» (далее – ООО «ИД «Сибирь-Пресс») (юридический адрес: 630007, г. Новосибирск, ул. Советская, д.5, корпус А, этаж 9; адрес местонахождения: 630132, г. Новосибирск, ул. Челюскинцев, д.50), о признании статьи рекламного содержания ««Главная задача – обеспечить качество питьевой воды» и рубрики «Прямая речь», распространявшейся газете «Континент Сибирь» №8 от 06.03.2009г.,

распространявшейся в газете «Континент Сибирь» №8 от 06.03.2009г.,
ненадлежащей рекламой,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Сибирь-Пресс», юридический адрес: 630007, г. Новосибирск, ул. Советская, д.5, корпус А, этаж 9; адрес местонахождения: 630132, г. Новосибирск, ул. Челюскинцев, д.50, в течение 5 (пяти) календарных дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе», а именно, не допускать распространения рекламы с нарушением:

- ст.16 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», согласно которой размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы», в т.ч. вышеуказанной рекламы.

2. Обществу с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Сибирь-Пресс» представить в Новосибирское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 30 июля 2009 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Т. В. Лопаткина

Члены Комиссии

Ю. В. Виногорова

К. А. Киселев

В. В. Смышляев