РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 12.04.2012 г.
Дата изготовления решения: 23.04.2012 г. г. Кострома

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
Заместитель председателя Комиссии — <…>, заместитель руководителя управления — начальник отдела,
члены Комиссии: <…> - начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы; <…> - главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,
рассмотрев материалы дела №ВД 07-24/1025, возбужденного по признакам нарушения Областным государственным учреждением «Областная телерадиокомпания «Русь» (г. Кострома, ул. И. Сусанина, 48/76) (далее – ОГУ «Областная телерадиокомпания «Русь») требований, установленных ст. 9, ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии:
представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь»:
<…>, действующей на основании доверенности №б/н от 21.02.2012 г., выданной генеральным директором ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь»,

представителя заинтересованного лица - ОАО «Сбербанк России»:
<…>, действующей на основании доверенности №10-1/16/3880 от 21.12.2011, удостоверенной нотариусом Ярославского нотариального округа <…>

УСТАНОВИЛА:

На основании приказа Костромского УФАС России (далее - Управление) от 24.10.2011 г. № 144 Инспекцией Управления проведено плановое контрольное мероприятие на предмет соблюдения Костромским отделением №8640 ОАО «Сбербанк России» (ул. Никитская, д. 33, г. Кострома) требований Федерального закона от 26.07.2006 г. №135-ФЗ «О защите конкуренции», Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе).
В результате проведенного планового контрольного мероприятия установлено следующее:
04.03.2011 г. ОАО «Сбербанк России», в дальнейшем именуемое Заказчик, в лице управляющего Костромским отделением №8640 <…>, действующего на основании Устава, Положения о филиале - Костромском отделении №8640, доверенности №10-32/506 от 19.01.2010 г. с одной стороны, и Областное Государственное учреждение «Областная телерадиокомпания «Русь» (далее - ОГУ ОТРК «Русь»),

именуемое в дальнейшем «Исполнитель», в лице генерального директора <…>, действующего на основании Устава, с другой стороны, заключили договор на выполнение работ и оказание услуг (далее – договор №б/н от 04.03.2011 г.).
Предметом данного договора является подготовка и размещение в средстве массовой информации ОГУ ОТРУ «Русь» информационного материала Заказчика.
Согласно п.п. 2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.2.1, 2.2.2, 2.2.3, 2.2.4, 2.2.6 договора №б/н от 04.03.2011 г.
Исполнитель обязан:
обеспечить подготовку материалов, подготовленных Исполнителем по поручению Заказчика в согласованные сторонами строки,
в обязательном порядке обеспечить согласование с Заказчиком,
сопровождать материал Заказчика пометкой «Реклама» или пометкой «На правах рекламы»,
а Заказчик обязан:
своевременно, не позднее чем за 7 рабочих дней до размещения материала, обеспечивать Исполнителя необходимыми для выполнения договора документами и материалами,
предоставлять информацию, необходимую для изготовления материала,
утвердить материал,
Заказчик имеет право корректировать предоставленный редакции материал за 1 день до выпуска в эфир материала. С этого момента все претензии со стороны Заказчика не могут быть приняты в связи с жестким графиком выхода Издания.

Во исполнение положений данного договора сторонами подготовлены, размещены и распространены в эфире телеканалов ТНТ — Русь в г. Костроме видеоматериалы:
– «Автопати» (хронометраж сюжета – 4 мин.), где сообщается следующее.
«З/К: Таких масштабных акций в Костроме не было. Пять автосалонов, широкий модельный ряд и более чем привлекательные условия кредитования. Этой весной Сбербанк значительно снизил процентные ставки по автокредитам. Для простых заемщиков она составит 10,9 процента, для участников государственной программы субсидирования всего 5,4 процента. Оформить кредит в Сбербанке быстро и легко. Заявку рассматривают в течение двух суток, при этом необходимо собрать минимальный пакет документов. В стоимость автокредита банка можно включить оплату установки дополнительного оборудования в автомобиль и страховку. И все это без комиссии.
Комментарий: <…> – начальник отдела по работе с предприятиями – партнерами Костромского отделения «Сбербанка»: Сейчас самое время, когда наши автолюбители могут и хотят приобрести автомобили и поэтому для того, чтобы помочь им в этом и не копить деньги долгое, долгое время Сбербанк пошел на вот этот шаг и существенно снизил процентные ставки.
З/К: Комфорт, элегантность, динамика и мощь. Автомобили для движения в пространстве города представила компания «Авторим». Потенциальные клиенты могли пройти тест-драйв и оценить по достоинству машины известных марок Митсубиси, Хендай, Кия, Лада, Шевроле. …….
З/К: Для тех, кто принял решение стать счастливым обладателем нового авто и исполнить свою мечту, в автосалоне под открытым небом Сбербанк в честь своего 170-и летия приготовил еще один сюрприз. Это возможность выиграть полезную для любого автолюбителя вещь — GPC навигатор» (эфир ТВ (Новости) 16.05.11 в 19.00, 21.30, установлено, подтверждено в ходе рассмотрения дела);
– «Сбербанк» (хронометраж сюжета – 1 мин.), где сообщается следующее.

«З/К: Это уже второе снижение процентных ставок по потребительским кредитам за последние пол года. Первую подобную акцию Сбербанк провел в апреле. Для участников зарплатного проекта на этот раз ставки снижены от 14,4 до 16,65. Для всех остальных ставки колеблются от 15 до 20%.
Комментарий клиента Сбербанка России – <…>: Сегодня я пришла в Сбербанк для того, чтобы оформить потребительский кредит и была очень удивлена и обрадована, что ставки на потребительский кредит снижены.
З/К: Не случайно именно сейчас Сбербанк решил снизить ставки по потребительским кредитам. Как правило, летом люди берут деньги на отдых, на приобретение бытовой техники и автомобилей. На подготовку детей к новому учебному году.
Комментарий кредитного инспектора Сбербанка России - <…>: Сбербанк заботится о своих клиентах. Всем рады мы очень. Приглашаем к нам на оформление. Предлагаем максимально выгодные условия для того, чтобы клиенты могли оформить кредит под наиболее дешевые ставки.
З/К: Заявку на получение потребительского кредита в Сберегательном банке России рассматривается всего два рабочих дня. После чего клиент получает затребованные деньги. Кроме этого при оформлении потребительского кредита на сумму более 100 тыс. рублей финансовое учреждение в подарок предоставляет кредитную карту с льготным периодом действия до 50 дней» (эфире ТВ 04.08.2011 в 19.00, в 21.30, установлено, подтверждено в ходе рассмотрения дела).
Оказанные ОГУ ОТРК «Русь» услуги приняты, оплачены ОАО «Сбербанк России» в лице Костромского отделения №8640, о чем свидетельствую: копии актов об оказании услуг №285 от 17.05.2011 г., №498 от 04.08.2011 г.; копии платежных поручений №264 от 29.07.2011 г., №443 от 31.08.2011 г.

Из текстов данных сюжетов следует, что Сбербанк России:
оказывает услуги, связанные с предоставлением автокредита по процентным ставкам 10,9, 5,4;
оказывает услуги, связанные с предоставлением потребительского кредита, по процентным ставкам - для участников зарплатного проекта от 14,4% до 16,65%, для остальных от 15% до 20%;
предоставляет кредитную карту с льготным периодом до 50 дней;
в честь своего 170-и летия среди своих клиентов, оформивших автокредит, проводит розыгрыш GPC навигатора.
Данные сюжеты являются рекламой, поскольку подпадают под понятие рекламы, данное в статье 3 Закона о рекламе.
В соответствии со ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.
Кредит (от лат. credit - букв.: он верит) - заем в денежной или товарной форме, предоставляемый кредитором заемщику на условиях возвратности, чаще всего с выплатой заемщиком процента за пользование займом (Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. «Современный экономический словарь», ИНФРА-М, 2006).
В соответствии со ст. 1 Федерального закона от 02.12.1990 №395-1 (ред. от 06.12.2011) «О банках и банковской деятельности» (далее — ФЗ №395-1) под кредитной организацией понимается юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка Российской Федерации (Банка России) имеет право осуществлять банковские операции, предусмотренные ФЗ №395-1.

Статья 1 ФЗ №395-1 к банковским операциям относит: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение денежных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности.
Отношения между Банком России, кредитными организациями и их клиентами осуществляются на основе договоров (ст. 30 ФЗ №395-1).
Отношения между Банком России, кредитными организациями и их клиентами осуществляются на основе договоров (ст. 30 ФЗ №395-1).
Кредитная организация вправе осуществлять эмиссию банковских карт следующих видов: расчетных (дебетовых) карт, кредитных карт и предоплаченных карт. Кредитная карта предназначена для совершения ее держателем операций, расчеты по которым осуществляются за счет денежных средств, предоставленных кредитной организацией - эмитентом клиенту в пределах установленного лимита в соответствии с условиями кредитного договор («Положение об эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт», утвержденное Банком России 24.12.2004 №266-П).
ОАО «Сбербанк России» является кредитной организацией (п. 1.1. Устава ОАО «Сбербанк России»), имеет генеральную лицензию на осуществление банковских операций №1481 от 30.08.2010 г., имеет филиалы и другие обособленные подразделения (п. 1.6 Устава), следовательно, в соответствии п.п. 2, 6 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон №135-ФЗ) является финансовой организацией, а услуги, связанные с предоставлением кредита, признаются финансовыми услугами.
Рекламирование финансовых услуг подпадает как под общие требования, предъявляемые к рекламе Законом о рекламе, так и под положения ст. 28 Закона о рекламе.
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 юридических лиц — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя, отчество).
Пункт 1 ст. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации гласит, что организационно-правовая форма юридического лица является неотъемлемой частью его наименования.
Согласно ст. 7 ФЗ №395-1 Кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Кредитная организация вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.
Фирменное наименование кредитной организации на русском языке и языках народов Российской Федерации может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции или в транскрипциях языков народов Российской Федерации, за исключением терминов и аббревиатур, отражающих организационно-правовую форму кредитной организации.
Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов «банк» или «небанковская кредитная организация».
Иные требования к фирменному наименованию кредитной организации устанавливаются Гражданским кодексом Российской Федерации.
В соответствии с ч. 4 ст. 54 ГК РФ Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Требования к фирменному наименованию устанавливаются ГК РФ и другими законами. Права на фирменное наименование определяются в соответствии с правилами раздела VII

ГК РФ.
Части 1, 2, 3 ст. 1473 ГК гласят:
Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.
Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.
Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Юридическое лицо вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.
Согласно п. 1.2. главы 1 Устава Открытого акционерного общества «Сбербанк России», утвержденного годовым Общим собранием акционеров (протокол №24 от 03 июня 2011 года), полное фирменное наименование Банка: Открытое акционерное общество «Сбербанк России». Сокращенное фирменное наименование Банка: ОАО «Сбербанк России».
С учетом изложенного, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям, установленным ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Согласно информационного письма Заместителя председателя Северного банка ОАО «Сбербанк России» <…> от 28.04.2011 г. №46-0413 «О проведении акции для клиентов по автокредитованию» (далее — информационное письмо об акции) Северным банком разработана акция, направленная на привлечение в банк клиентов на оформление автокредитов (приложение). Акция направлена на увеличение объемов продаж автокредитов физическим лицам. Отделениям структурно-подчиненным Северному банку необходимо организовать информационную поддержку в региональных средствах массовой информации в пределах имеющегося в отделениях бюджета. Дополнительно для продвижения акции (Г) ОСБ могут самостоятельно применять различные рекламные и информационные мероприятия и использовать различные каналы для продвижения и информирования клиентов, а также партнеров банка.
Приложение 1 к информационному письму об акции устанавливает порядок проведения акции «Верный курс с автокредитом Сбербанка» в отделениях Северного банка ОАО «Сбербанк России».
Данным порядком определены период проведения акции (с 10 мая по 30 июня 2011 года), суть акции, территориальный охват, организация работы по проведению акции, критерии отбора победителей.
Так, Приложение 1 к информационному письму об акции гласит, что:
в акции принимают участие все клиенты, получившие автокредиты Сбербанка России. Гарантированные призы получают каждый 17-й клиент, получивший Автокредит Сбербанка России в каждой из выше перечисленных областей с учетом объединения количества выданных автокредитов по Архангельской области и Ненецкого автономного округа;
выбор 17-го заемщика, получившего Автокредит осуществляется на основании Отчета о выданных кредитах, выгружаемого с Сервера отчетов (Crystal Reports). Отчет о выданных кредитах будет направляться в отделения Северного банка

ежедневно нарастающим итогом по состоянию на предыдущую дату (за исключением выходных дней). Сотрудник, ответственный за проведение Акции на основании Отчета о выданных кредитах ежедневно определяет 17-го заемщика, оформившего автокредит;

в случае отказа от получения подарка призером становится 18-й заемщик, оформивший автокредит в филиале Северного банка;

награждение призеров и вручение им ценных подарков, осуществляет подразделение, ответственное за проведение данной акции в ГОСБ (ОСБ). Мероприятия по награждению призеров Акции проводится в ГОСБ (ОСБ) до окончания срока действия акции — до 30 июня 2011 года;

для Костромского отделения запланировано 8 подарков — навигаторов.

Реклама, сообщающая о проведении мероприятия «Верный курс с автокредитом Сбербанка», направлена на стимулирование — увеличение, рост общего кредитного портфеля Банка, следовательно, должна соответствовать требованиям, установленным ст. 9 Закона о рекламе.

В соответствии со ст. 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее — стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

сроки проведения такого мероприятия;

источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

На основании вышеизложенного, в рассматриваемой рекламе должны были быть указаны: сроки проведения такого мероприятия; источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Таким образом, рассматриваемая реклама стимулирующего мероприятия не соответствует требованиям, установленным ст. 9 Закона о рекламе.

Непредоставление информации о правилах проведения мероприятия ограничивает права возможных участников, не позволяет правильно оценить свои возможности и ориентироваться в происходящем вокруг. Если лицо не ознакомилось с правилами по своей инициативе, это его выбор и решение. Организатор и рекламодатель обязаны обеспечить неограниченному количеству лиц, которые могут участвовать в проводимом мероприятии, равные права и возможности для полноценного участия в мероприятии.

Отсутствие информации о месте и времени получения выигрыша является препятствием к осуществлению законных прав потребителя, отказ от надлежащего исполнения своих обязательств по договору организатором. Поэтому Закон о рекламе прямо требует обеспечения потребителей информацией, которая необходима для реализации предоставленных возможностей.

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

Таким образом, реклама ОАО «Сбербанк России» содержит признаки нарушений ч. 7 ст. 5, ст. 9, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Согласно приказа информационного-аналитического управления Костромской области от 13.12.2011 г. №210 «О переименовании областных государственных

учреждений, подведомственных информационно-аналитическому управлению Костромской области» Областное государственное учреждение «Областная телерадиокомпания «Русь» переименовано в Областное государственное бюджетное учреждение «Областная телерадиокомпания «Русь» (далее – ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь»), о чем в Единый государственный реестр юридических лиц 29.12.2011 г. внесена запись за №2114401119391.

В ходе рассмотрения дела представитель ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь» <…> пояснила следующее.
При выпуске указанных видеоматериалов ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь» не допустила нарушений указанных выше требований Закона о рекламе.
Первый видеоматериал «Автопати» нельзя отнести к рекламной продукции. В данном случае был снят видеоматериал об акции пяти автосалонов гор. Костромы по выставке – продаже легковых автомашин под открытым небом около ТРЦ «Коллаж», в ходе которого каждый автосалон представлял свои автомашины, способы их продажи и те льготные условия, которые он предоставляет своим потенциальным покупателям.
Костромское отделение «Сбербанка РФ» как кредитная организация разместила свое наименование на рекламных щитах, кроме того должности всех выступающих работников банка были обозначены соответствующим текстом (титрами), в самих их выступлениях указывалось какой банк они представляют и какие услуги по автокредитованию предоставляет Сбербанк России. Кроме того, Сбербанк России является единственным банком в Российской Федерации, который имеет централизованную структуру и отделения во всех областях и районах России, поэтому любое лицо, посмотревшее данный сюжет название «Сбербанк России» именно к этому банку и дополнительной информации в виде приставки ОАО для него не требуется.
Фраза о значительном снижении процентных ставок по автокредитам соответствует действительности и носит информационный характер.
Упоминание в конце программы на «возможность выиграть полезную для любого автолюбителя вещь – GPC навигатор» нельзя отнести к рекламе стимулирующего мероприятия, в виду краткости сообщения, где указывается лишь на возможность такого выигрыша и не сообщается о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (ст. 9 Закона).
В отношении второго видеоматериала полагаем, что требования Закона о рекламе так же не нарушены. Сам репортаж ведется из помещения офиса Костромского отделения Сбербанка РФ, крупным планом административное здание с наименованием Сбербанка РФ. В ходе видеосюжета неоднократно показана символика и наименование Сбербанка РФ. Все, что указано в отношении Сбербанка в первом видеоматериала об «Автопати» так же полностью относится и ко второму видеосюжету в отношении наименования Сбербанка РФ как юридического лица.
Фраза «о снижении процентных ставок по потребительским кредитам за последние полгода» соответствует действительности и относится неопределенному кругу потребителей. В ходе видеоматериала крупным планом показано размещенное на стене офиса и на компьютере объявление о снижении указанных ставок с 25 апреля 2011 года, в закадровом тексте корреспондента указывается, какие ставки и по каким кредитам снижены процентные ставки. Не

вызывает иного толкования указание «при оформлении потребительского кредита на сумму более 100 тыс. рублей в подарок предоставляется кредитная карта с льготным периодом действия до 50 дней». В данном случае указано условие получения кредитной – оформление потребительского кредита на сумму более 100 тыс. рублей и срок действия льготного периода кредитной карты до 50 дней со дня оформления кредита.
В обоих видеоматериалах не допущено нарушение ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, т.к. приводится вся существенная необходимая информация об услуге, условиях ее приобретении или использовании, потребители видеоматериалов не вводятся в заблуждение, сообщаемая информация понятна и не носит иного толкования.
Информационное содержание данных видеосюжетов, оплата за выход данных сюжетов в эфир согласованы ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь» с Костромским отделением Сбербанка России перед выходом их в эфир.
Перед выходом в эфир все видеосюжеты согласовываются, утверждаются главным редактором ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь» Беленициным А.В.
До выпуска в эфир рассматриваемых видеосюжетов у главного редактора <…> была возможность проверить отснятый, смонтированный материал.
К эфиру данные видеосюжеты допустил главный редактор ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь» <…>

Рассмотрев материалы дела, выслушав объяснения представителей сторон, Комиссия пришла к следующим выводам.
В видеосюжетах от 16.05.2011, 04.08.2011 г. не указана организационно-правовая форма кредитной организации - ОАО «Сбербанк России», т.к. на тумбах, канцелярских принадлежностях, в названиях должностей сотрудников Костромского отделения ОАО «Сбербанк России», на флагах, рекламных листовках, вывеске офиса Костромского отделения №8640 указано лишь средство индивидуализации – Сбербанк, Сбербанк России.
Соблюдение требований части 1 статьи 28 Закона о рекламе распространяется на все организации, оказывающие финансовые услуги, независимо от степени их известности, поэтому то обстоятельство, что ОАО «Сбербанк России» на территории Российской Федерации является единственным банком, не освобождает рекламодателей, в данном случае ОАО «Сбербанк России», рекламораспространителей, в данном случае ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь», от соблюдения требований данной нормы Закона о рекламе.
В видеосюжете от 16.05.2011, сообщающем о розыгрыше GPC навигатора, не указаны сроки проведения такого мероприятия, источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Письменные обоснования договора №б/н от 04.03.2011 г., подготовленные ведущим инспектором по маркетингу Костромского отделения №8640 ОАО «Сбербанк России» <…>, признанные экономически целесообразными, содержат следующее:
вещание на данном канале покрывает целевую аудиторию 25+, что способствует продвижению на рынке банковских услуг по кредитованию физических лиц;
стоимость данного договора складывается из запланированных в смете средств по информационным услугам и плана – графика мероприятий бизнес подразделений, в соответствии с которым по услугам банка не реже 1 раза в

месяц в электронных СМИ (радио, ТВ каналы) должен быть размещен материал об услугах банка: вкладах, кредитах, удаленных каналах обслуживания. Таким образом, в период с марта по декабрь должно быть размещено не менее 10 информационных сюжетов;

стоимость 1 минуты сюжета в программе Новости т/к ТНТ составляет 23 600 руб. с НДС. Предложенная цена является оптимальной для ТВ новостей (для сравнения: ГТРК Кострома, т/к Россия предлагает стоимость 1 минуты сюжета в программу Новости тоже составляет 23 600 руб.). Выбор компании в данном случае осуществлялся на основании характеристики целевой аудитории. Сетевым партнером компании является т/к ТНТ, канал ориентирован на целевую аудиторию 25+, что особенно важно при размещении информации по кредитам и удаленным каналам связи.

Договор №б/н от 04.03.2011 г. содержит пункты 1.1., 2.1.3., где сказано, что:

Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязательства по подготовке и размещению на условиях настоящего договора в средстве массовой информации ОГУ ОТРУ «Русь» информационного материала Заказчика (далее по тексту «Материалы»);

Исполнитель обязан сопровождать материал Заказчика пометкой «Реклама» или пометкой «На правах рекламы».

На основании вышеизложенного, а также в связи с тем, что:

основной целью заключения данного договора является распространение информации ОАО «Сбербанк России», направленной на неопределенный круг лиц – целевую аудиторию СМИ телеканала «Русь», осуществляющего вещание на ТВ канале «ТНТ», с целью привлечения внимания к объектам информации, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке,

при использовании подобных форм преподнесения информации ОАО «Сбербанк России» в лице Костромского отделения №8640, ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь» в совместном сотрудничестве также преследовали коммерческий интерес - получение прибыли (а такой признак говорит о наличии признака рекламы)

данный договор является договором на оказание рекламных услуг.

Таким образом, реклама ОАО «Сбербанк России» размещена СМИ ОГУ ОТРК «Русь» 16 мая 2011 в 19.00, в 21.30, 04 августа 2011 в 19.00, в 21.30 в эфирах телепередачи «Новости» телеканала «ТНТ» с нарушениями требований, установленных ч. 7 ст. 5, ст. 9. ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь» зарегистрировано инспекцией Федеральной налоговой службы по городу Костроме 05 ноября 2002 года за основным государственным регистрационным номером 1024400517481 и является учредителем средства массовой информации «Телеканал «Русь», средства массовой информации «Телеканала «Русь 10», что подтверждается свидетельствами о регистрации средства массовой информации Эл №ТУ 44-00160 от 29.02.2012 г., Эл №ТУ 44-00159 от 29.02.2012 г., выданными Управлением Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Костромской области.

ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь» владеет лицензиями на осуществление телевизионного вещания: Серия ТВ №12162 от 17.07.2007 г., Серия ТВ №15703 от 28.12.2009 г., Серия ТВ №18413 от 29.06.2011 г., выданными Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.
ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь» осуществляет свою деятельность в области телевидения согласно лицензионного договора №РС/119/ПР от 29.12.2007 г., заключенного с ОАО «ТНТ-Телесеть» (ОГРН <…>, г. Москва, Краснопресненская набережная, д. 12, ЦМТ-2, 7 подъезд).
Приказом информационно-аналитического управления Костромской области от 29.11.2010 г. №36 л/с на должность генерального директора областного государственного учреждения «Областная телерадиокомпания «Русь» с 30 ноября 2010 г. назначена Теплова М.В.
В соответствии со ст. 2, ч. 4 ст. 19 Закона РФ от 27.12.1991 №2124-1 (ред. от 11.07.2011, с изм. от 21.07.2011) «О средствах массовой информации» выход продукции средства массовой информации разрешает (или запрещает) должностное лицо – главный редактор, осуществляющий общее руководство редакцией.
Согласно приказов ОГУ «Областная телерадиокомпания «Русь» от 21.12.2007 г. №92-л/с, от 18.03.2008 г. №55-л/с, от 15.04.2009 г. №31-л/с главным редактором ОГБУ «Областная телерадиокомпания» является <…>
В соответствии с ч. 4, ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламораспространитель несет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение требований, установленных ст. 9, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.
Рекламораспространителем в данном случае является ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь».
На основании вышеизложенного, рекламораспространителем — ОГБУ «Областная телерадиокомпания «Русь», в лице главного редактора ОГБУ «Областная телерадиокомпания» <…>, нарушено законодательство о рекламе, а именно ст. 9, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.
Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ОАО «Сбербанк России», размещенную СМИ ОГБУ ОТРК «Русь» 16 мая 2011 в 19 час. 00 мин., в 21 час. 30 мин., 04 августа 2011 в 19 час. 00 мин., в 21 час. 30 мин. в эфирах телепередачи «Новости» телеканала «ТНТ», поскольку нарушены требования ст. 9, ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с тем, что рассматриваемая реклама являлась разовой, в настоящее время не распространяется.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Костромского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях.

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

Заместитель председателя Комиссии <…>

Члены Комиссии <…>

<…>