

РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 06.04.2012 г.

Дата изготовления решения: 18.04.2012 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 07-25/1026, возбужденного по признакам нарушения Федеральным государственным унитарным предприятием «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (г. Москва, 5-ая ул. Ямского Поля, 19/21) (далее - ВГТРК) требований, установленных ч. 7 ст. 5, ст. 9, ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии:

представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - ВГТРК:

<...> - директора филиала ВГТРК ГТРК «Кострома», действующей на основании Положения о филиале ВГТРК ГТРК «Кострома», утвержденного приказом ФГУП ВГТРК от 15.12.2004 г. №427 доверенности №258 от 29.02.2012 г.,

<...>, действующей на основании доверенности 44 АА 0159714 от 16.03.2012 г., выданной директором филиала ВГТРК ГТРК «Кострома» <...>,

<...>, действующего на основании доверенности 44 АА 0159715 от 16.03.2012, выданной директором филиала ВГТРК ГТРК «Кострома» <...>;

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 ФГУП ВГТРК, именуемое в дальнейшем Исполнитель, в лице директора филиала ФГУП ВГТРК ГТРК «Кострома» <...>, действующей на основании доверенности №311 от 22.07.2010, с другой стороны, заключили договор № 134/107 на выполнение работ и оказание услуг (далее – договор №134/107).

Предметом данного договора является подготовка и размещение в электронных средствах массовой информации (далее — ЭСМИ) «Телеканал Россия» (Россия 1), «Российский Информационный Канал «Россия-24» (Россия-24)», «Радио России» и радио «Маяк» информационных материалов Заказчика (далее по тексту услуги) согласно графика размещения (Приложение №1 к настоящему договору).

Согласно п.п. 2.1.1., 2.1.2, 2.2.1, 2.2.2, 2.2.3, 2.2.4, 2.2.5, 2.2.6

Исполнитель обязан:

- обеспечить подготовку материала по поручению Заказчика в согласованные сторонами сроки,
- разместить в ЭСМИ материал Заказчика по согласованию с Заказчиком (При этом под ЭСМИ «Телеканал «Россия» (Россия 1)» что стороны понимают режим включения программ регионального филиала ГТРК «Кострома» в телепрограмму «Российское телевидение» на территории Костромской области),

а Заказчик обязуется:

своевременно, не позднее чем за 7 рабочих дней до размещения материала, обеспечить Исполнителя необходимыми для выполнения договора документами и материалами,

предоставить Исполнителю информацию, необходимую для надлежащего исполнения договора,

утвердить материал,

соблюдать особенности рекламы отдельных видов товаров (глава 3 Закона о рекламе),

Заказчик подтверждает, что рекламная информация, предоставленная Исполнителю, не является недобросовестной и недостоверной,

Заказчик имеет право корректировать подготовленный Исполнителем материал за 1 день до выхода в эфир.

Во исполнение положений данного договора сторонами подготовлены, размещены и распространены в эфирах телеканала «Россия 1» следующие сюжеты:

14.03.11 г. сюжет о совместной акции Сбербанка в Шарье (выход в эфир 20.30),

21.03.11 сюжет совместной акции Сбербанка в Буге (выход в эфир в 20.30),

11.04.2011 сюжет об акции Сбербанка в Галиче (выход в эфир 20.30),

23.05.2011 сюжет об акции Сбербанка по автокредитованию — акция «Верный курс с автокредитом Сбербанка» (выход в эфир в 6.35, 7.35).

Оказанные ВГТРК (в лице филиала ВГТРК ГТРК «Кострома») услуги приняты, оплачены ОАО «Сбербанк России», о чем свидетельствую: копии актов об оказании услуг №00000256 от 14.03.2011 г., №00000287 от 22.03.2011 г., №00000441 от 18.04.2011, №00000606 от 23.05.2011; копии платежных поручений №287 от 01.04.2011 г., №311 от 01.04.2011 г., №456 от 27.04.2011 г., №640 от 01.06.2011 г.

Из текстов данных сюжетов следует, что Сбербанк оказывает услуги, связанные с предоставлением кредита, автокредита, в т.ч. по ставке 12,85 сотых, а также то, что Сбербанк в честь своего 170-и летия среди своих клиентов, оформивших

автокредит, проводит розыгрыш GPS 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).

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:

1. сроки проведения такого мероприятия;
2. 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.

В ходе рассмотрения дела представители ВГТРК пояснили следующее:

Информационная программа «Вести Кострома» представляет собой телепередачу, региональный выпуск новостей, освещающий события, происходящие или произошедшие на территории г. Костромы и Костромской области. При этом новости – это оперативные информационные сообщения, представляющие политический, социальный, экономический, иной интерес для аудитории в своей свежести, актуальности, то есть сообщения о событиях произошедших недавно или происходящих в данный момент.

Основанием подготовки и дальнейшего распространения в программе «Вести Кострома» информационных сюжетов является редакционное задание, выдаваемое заместителем директора – начальником службы информационных программ телевидения ГТРК «Кострома».

Редакционное задание содержит сведения о теме сюжета, планируемой дате выхода сюжета в эфир, а также примерное содержание, информационный повод отражающий актуальность подготовки и выхода в эфир сюжета по указанной тематике, а также целевые установки для журналиста.

Информационным поводом сюжетов, вышедших в эфир программы «Вести Кострома» явились события в рамках государственной программы субсидирования автокредитов и государственной программы поддержки российской автомобильной промышленности, и то обстоятельство, что программы были продлены на 2011 год.

Данные программы направлены на поддержку российской автомобильной промышленности со стороны государства, вступили в действие в апреле 2009 года и были продлены на 2011 год.

Целевой установкой для корреспондентов при создании сюжетов явилось снятие социального напряжения в обществе на фоне противостояния политических сил и связанные с этим массовые акции протеста. Одна из ведущих тем протеста – снижение уровня благосостояния людей, недоступность многих товаров и услуг.

ВГТРК в лице филиала ГТРК «Кострома» как государственное средство массовой информации таким образом решало государственную задачу – формирование общественного мнения на государственную стабильность. На это же направлена программа субсидирования государственных кредитов.

ОАО «Сбербанк России» принимал непосредственное участие в реализации данных государственных программ.

Согласно статистическим данным Минпромторга государственная программа субсидирования автокредита заинтересовала более 100 000 человек. Именно столько заявок было рассмотрено банками – участниками Программы льготного автокредитования по состоянию 27 августа 2011 года.

Благодаря данной государственной программе у гораздо большей части населения появилась возможность приобрести автомобиль. Суть автокредита с государственным субсидированием заключается в том, что государство компенсирует банку, выдавшему автокредит, 2/3 ставки рефинансирования. Информация о такой возможности является социально-значимой и распространяется в интересах государства и населения.

Также данная программа говорит о доступности автокредитов даже для населения с небольшим уровнем дохода, что существенно влияет (повышает) на

уровень жизни людей, тем самым снижается создавшаяся в последнее время социальная напряженность.

В соответствии со ст. 29 Конституции РФ – каждому гражданину РФ гарантируется право «свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом», а также гарантируется свобода массовой информации, цензура запрещается.

В силу статьи 10 Конвенции от 4.11.1950 г. «О защите прав человека и основных свобод» - каждый имеет право свободно получать и распространять информацию и идеи без какого-либо вмешательства со стороны властей и независимо от государственных границ.

Исходя из этого, право на информацию является одним из фундаментальных прав человека, оно заключается в доступности для граждан информации, представляющей общественный интерес и /или затрагивающей личные интересы граждан.

Таким образом, вышедшие в эфир сюжеты преследовали важную социально-значимую цель, затрагивающую общественный интерес: информирование (доведение до сведения) населения г. Костромы и Костромской области о возможности получения поддержки от государства для тех, кто воспользуется программой льготного кредитования и о ее продлении на 2011 год и о том, что такая поддержка реально предоставляется.

В соответствии со ст. 2 Закона о рекламе указанный закон применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства. Соответственно требования, изложенные в законе, применяются только в том случае, если распространенная информация является рекламой. При этом закон не распространяется, в том числе, 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 (пункт 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе). Рассматриваемые сюжеты представляют собой справочно-информационный материал. В связи с этим требования Закона о рекламе в рассматриваемом случае не применяются.

ВГТРК в лице филиала ГТРК «Кострома» при трансляции сюжета руководствовалось не принципом продвижения финансовых услуг, привлечением внимания, формированием и/или поддержанием интереса к услугам банка, а принципом информирования телезрителей о государственной программе льготного автокредитования населения и ее продлении на 2011 год, в которой непосредственно принимал участие ОАО «Сбербанк России», которая позволила тысячам граждан приобрести автомобиль по льготной цене, а государству поддержать российскую автомобильную промышленность.

Кроме того, население Костромской области, особенно граждане, проживающие в отдаленных ее участках (мелких городских и сельских поселениях), где отсутствует интернет, радиовещание и т.д., могут узнать (быть проинформированы) о социально-экономическом, социально-значимом и культурном развитии муниципального образования, развитии его общественной инфраструктуры, иной информации, а также о событиях, мероприятиях, имеющих местное общественно-важное значение, лишь из региональных блоков (выпусков) телепрограммы ГТРК «Кострома» «Вести Кострома».

В связи с этим, филиал ВГТРК ГТРК «Кострома» целенаправленно занимается информированием (просвещением) населения на социально-значимые темы и участвует в социально-значимых проектах совместно с государственными органами, о чем свидетельствует и тот факт, что в октябре 2011 года Министерство

по делам печати и массовым коммуникациям выделило денежные средства на создание специальной информационно-просветительской программы «Живые деньги», направленной на повышение финансовой грамотности широких слоев населения. При этом, принимая решение о государственной поддержке данного телепроекта, Министерство по делам печати и массовым коммуникациям согласилось с концептуальной заявкой телекомпании, в которой в частности говорилось о том, что: «В современном обществе людям очень часто приходится сталкиваться с проблемой финансовых вложений или заимствований. Например, размещение накопительной части пенсии, сбережение денежных накоплений от инфляции, различные формы кредитования, ипотека и так далее. Однако принять решение – как с наименьшим риском и с наибольшей выгодой поступить в той или иной ситуации – большинство населения из-за низкой финансовой грамотности не в состоянии. Это порождает нервозность и социальную напряженность в обществе...».

О том, что указанные сюжеты не являются рекламой, свидетельствует и контекстуальный анализ сюжетов: данные сюжеты не содержат призывов и/или приглашений воспользоваться финансовыми услугами банка, не содержат какой-либо контактной информации (номеров телефонов, адресов), при помощи которой телезрители могли бы воспользоваться данными услугами.

Таким образом, информационные сюжеты, вышедшие в эфир в рамках программы «Вести Кострома», не ставили цель продвижение финансовых услуг банка, а были направлены на информирование населения о возможностях, предоставленных государственной программой и носили социально-значимый характер.

ВГТРК в лице филиала ГТРК «Кострома» был заключен договор об оказании информационных услуг с ОАО «Сбербанк России». Вместе с тем, следует отметить, что заключение таких договоров не противоречит закону о СМИ, и размещение сюжетов осуществлено в рамках актуального информационного повода о доступности и обеспечении жителей г. Костромы и Костромской области информацией социально-значимого характера.

В соответствии с уставом ВГТРК, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 26.02.2001 №111 «О Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании», одной из целей деятельности компании является предоставления телезрителям и радиослушателям оперативной и всесторонней информации о событиях в Российской Федерации и за рубежом.

Согласно п. 3.1. Положения о филиале ВГТРК ГТРК «Кострома» на филиал возложена задача осуществления поиска и получения информации, производства информационных и иных телерадиопрограмм. В соответствии с п. 3.2. Положения ГТРК «Кострома» осуществляет функции по производству конкурентоспособных телерадиопрограмм для их размещения в эфире общероссийских, региональных и иных телерадиоканалов ВГТРК; по сбору, обработке, анализу и производству информационной продукции, созданию информационных банков данных.

Информация, содержащаяся в сюжетах, не была нацелена (направлена) на привлечение внимания, поддержания интереса телезрителей к юридическим лицам, наименования которых можно было увидеть в сюжетах. Появление в указанных сюжетах представителей тех или иных организаций было вызвано необходимостью получить комментарий компетентного специалиста (чье мнение вызывает доверие) и (или) пояснения непосредственного участника событий.

Закон Российской Федерации от 27.12.1991 №2124-1 «О средствах массовой информации» определяет основные принципы деятельности редакции средства

массовой информации, права и обязанности журналистов, к которым относятся, в частности, осуществление деятельности на основе профессиональной самостоятельности, право искать, запрашивать, получать и распространять информацию, право излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за подписью журналиста. При этом в соответствии со ст. 39 указанного закона Российской Федерации редакция имеет право запрашивать информацию о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений, их должностных лиц. Запрос информации возможен как в устной, так и в письменной форме. Запрашиваемую информацию обязаны предоставлять руководители указанных органов, организаций и объединений, их заместители, работники пресс-служб либо другие уполномоченные лица в пределах их компетенции.

На самом деле 3 банка принимают участие в этой программе. Мы обращались к ним с предложениями о сотрудничестве. Мы запрашивали у банков будут ли они как-то пропагандировать эту программу, будут ли проводиться какие-то мероприятия, события. Это первое условие.

Во-вторых, мы рассматривали банк, который доступен в любых населенных пунктах.

На наши предложения о сотрудничестве остальные банки не откликнулись и никакие мероприятия они не проводили.

Тот факт, что данные сюжеты оплачены ОАО «Сбербанк России» в лице Костромского ОСБ №8640 объясняется тем, что проведена совместная работа на взаимовыгодных условиях.

ВГТРК в лице филиала ГТРК «Кострома» при подготовке сюжета «Верный курс с автокредитом» руководствовалось тем, что граждане имеют право на равный доступ к информации.

Данный сюжет в какой-то мере действительно граничит на грани информации с рекламой. Дело в том, что обычно ролики перед выходов в эфир смотрят, согласовывают юристы. А так как данный сюжет готовился в воскресенье, то такой возможности не было. Вот поэтому какие-то упущения были допущены.

Также данный ролик выходил в утренний выпуск, который менее рейтинговый, а основное внимание уделяется выпуску в 20 часов 30 минут.

Считаем, что к редактированию этого материала может быть нужно было бы тщательнее подойти, исключить какие-то сомнительные моменты, которые могут вызвать вопросы.

По данному поводу со всеми журналистами проведен инструктаж.

В соответствии с Приказом №66-п от 27.07.2007 г. «О праве подписи эфирных папок и путевок» право подписи к эфиру материалов в программу «Вести-Кострома» делегировано заместителю директора – начальнику службы информационных программ телевидения Красильникову Юрию Геннадьевичу, в его отсутствие лицам его замещающим.

К эфиру рассматриваемые ролики допустил заместитель директора-начальник службы информационных программ телевидения филиала ВГТРК ГТРК «Кострома» <...>

Рассмотрев материалы дела, выслушав объяснения представителей ФГУП ВГТРК, Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно данным, опубликованным Минпромторгом России 24.01.2011 г. на официальном сайте по адресу: <http://www.minpromtorg.gov.ru/industry/auto/204>, в число кредитных организаций, участвующих в программе льготного

автокредитования в 2011 году входило 117 кредитных организаций, в том числе такие кредитные организации, как ЗАО «ВТБ 24», ОАО «Россельхозбанк», ОАО «Газпромбанк», осуществляющие свою деятельность на территории Костромской области.

Письменные обоснования договора №134/107, подготовленные ведущим инспектором по маркетингу Костромского отделения №8640 ОАО «Сбербанк России» <...>, признанные экономически целесообразными, содержат следующее:

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 Вести-Кострома т/к Россия составляет 23 600 руб. предложенная цена является оптимальной для ТВ новостей (для сравнения: ОТРК «Русь», т/к ТНТ стоимость 1 минуты сюжета в программу Новости тоже составляет 23 600 руб.). Выбор компании в данном случае осуществлялся на основании широты охвата. ГТРК «Кострома» является единственной компанией, осуществляющей свое вещание на территории всей области. Сетевым партнером компании является т/к Россия, канал ориентирован на целевую аудиторию 35+, что особенно важно при размещении информации по вкладам и имиджевой информации.

Договор №134/107 содержит пункты 2.2.4, 2.2.5, где сказано, что: Заказчик обязан соблюдать особенности рекламы отдельных видов товаров (глава 3 Федерального Закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»), Заказчик подтверждает, что рекламная информация предоставленная Исполнителю, не является недобросовестной и недостоверной.

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 – аудиторию телеканала «Россия», с целью привлечения внимания к объектам информации, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, данный договор содержит элементы договора на оказание рекламных услуг.

Так, руководителем службы информационных программ телевидения (далее – СИП ТВ) <...> подготовлено, выдано редакционное задание на:

информационный сюжет в программу «Вести-Кострома» (14.03.2011, 20.30) «Государственная программа субсидирования автокредитов в Шарье», где определено:

1. Время и дата записи – 12.03.2011 г., г. Шарья, 12.00-15.00;
2. Время и дата выхода материала – 14.03.2011 «Вести Кострома», 20.30;
3. Фабула сюжета – Показать и рассказать, как проходил автосалон в Шарье. Жители проявили интерес к приобретению представленных на нем автомобилей, особенно отечественных, т.к. покупка авто становится все более доступна для широких слоев населения. В подводке к сюжету подчеркнуть, что продлена государственная программа субсидирования автокредитов, как антикризисная мера поддержки граждан и отечественного автопрома. В тех же целях упрощается

само приобретение автомобилей через выездные автосалоны и мобильные офисы банка. Показать заинтересованность людей в данной программе, а также показать (люди интересуются машинами, сколько желающих выразило готовность приобрести машину, счастливые лица, эмоциональные синхроны, у людей праздник и хорошее настроение);

4. Синхроны – Жители г. Шарьи, Представители автосалона, Представитель Сбербанка;

5. Контактное лицо – <...>;

6. Время сдачи материала редактору – не позднее 14.00 14 марта;

информационный сюжет в программу «Вести-Кострома» (21.03.2011 г., 20.30) «Государственная программа субсидирования автокредитов в Бую», где определено:

1. Время и дата записи – 19.03.2011 г., г. Буй, 10.00-13.00;

2. Время и дата выхода материала – 21.03.2011 г. «Вести Кострома», 20.30;

3. Фабула сюжета – Показать и рассказать, как проходило автопати в Бую. Жители проявили интерес к приобретению представленных здесь автомобилей, особенно отечественных, т.к. покупка авто становится все более доступна для широких слоев населения. В подводке к сюжету подчеркнуть, что продлена государственная программа субсидирования автокредитов, как антикризисная мера поддержки граждан и отечественного автопрома. В тех же целях упрощается само приобретение автомобилей через выездные автосалоны и мобильные офисы банка. Показать заинтересованность людей в данной программе (люди интересуются машинами, сколько желающих выразило готовность приобрести машину, счастливые лица, эмоциональные синхроны, у людей праздник и хорошее настроение);

4. Синхроны – Жители г. Бую, Представитель автосалона, Представитель Сбербанка;

5. Контактное лицо – <...>;

6. Время сдачи материала редактору – не позднее 14.00 23 марта;

информационный сюжет в программу «Вести-Кострома» (11.04.2011г., 20.30) «Государственная программа субсидирования автокредитов в Галиче», где определено:

1. Время и дата записи – 09.04.2011 г., г. Галич, 10.00-13.00;

2. Время и дата выхода материала – 11.04.2011 «Вести Кострома», 20.30;

3. Фабула сюжета – Показать и рассказать, как проходило автосалон в Галиче. Жители проявили интерес к приобретению представленных здесь автомобилей, особенно отечественных, т.к. покупка авто становится все более доступна для широких слоев населения. В подводке к сюжету подчеркнуть, что продлена государственная программа субсидирования автокредитов, как антикризисная мера поддержки граждан и отечественного автопрома. В тех же целях упрощается само приобретение автомобилей через выездные автосалоны и мобильные офисы банка. Показать заинтересованность людей в данной программе (люди интересуются машинами, сколько желающих выразило готовность приобрести машину, счастливые лица, эмоциональные синхроны, у людей праздник и хорошее настроение);

4. Синхроны – Жители г. Галича, Представитель автосалона, Представитель Сбербанка;

5. Контактное лицо – <...>;

6. Время сдачи материала редактору – не позднее 14.00 11 апреля;

информационный сюжет в программу «Вести-Кострома» (23.05.2011 г., 6.35, 7.35) «Верный курс с автокредитом», где определено:

1. Время и дата записи – 22.05.2011 г. 10.00-11.00, г. Кострома, ул. Никитская, 33;

2. Время и дата выхода материала – 23.05.2011 г. «Вести Кострома», 6.35, 7.35;

3. Фабула сюжета – Показать, что растет популярность автокредитов среди жителей области. Подчеркнуть, что это связано с действием государственной программы субсидирования автокредитов. Она разрабатывалась как антикризисная мера поддержки граждан и отечественного автопрома. Растет и доверие населения к банкам. Банки, в свою очередь, поощряют активных участников программы. Один из них – костромич, военный пенсионер Сергей Важенин, которого чествовали в Сбербанке и подарили навигатор. Дать статистику (цифры) по действию программы;

4. Синхроны – Участник государственной программы субсидирования автокредитов – Представитель Сбербанка;

5. Контактное лицо – <...>;

6. Время сдачи материала редактору – не позднее 18.00 22 мая.

Представителем ВГТРК представлены текстовые содержания рассматриваемых сюжетов, а именно:

1. сюжета «Государственная программа субсидирования автокредитов в Шарье» (размещен в «ВЕСТИ-КОСТРОМА» 14 марта 2011 г. в 20.30), которое содержит следующее:

Корр. <...>

Опер. <...>

Начитка ведущему: Пошел за хлебом, купил машину. Именно так поступили многие жители Шарьи в минувшую субботу. Так под открытым небом развернулся настоящий автосалон, где можно было приобрести автомобиль в кредит прямо на месте. Автосалон организовали Сбербанк и Кострома-Лада-Сервис. Такие акции проводятся в рамках государственной программы субсидирования автокредитов. Когда часть процентов по кредиту компенсирует государство. Антикризисная мера поддержки граждан и отечественного автопрома показала свою эффективность. И теперь программа продлена до 2012 года. В том, что занять собственный автомобиль – дело нескольких минут, убедились и шарьинцы.

З/К: Такого Шарья еще не видела. Более 30-ти новеньких машин, украшенных разноцветными шарами, выстроилось на одной из площадей города. В любой автомобиль можно было не только сесть, но и проехать на нем. Чтобы самому оценить – каков на ходу приглянувшийся железный конь.

Синхрон. <...>. Автолюбитель. 5.02. Легкая, хорошо ускоряется. На неровной дороге плотно довольно-таки стоит.

З/К: На воскресном автосалоне отечественные автомобили – Лада составили достойную конкуренцию корейским внедорожникам. Калинами и Приорами шарьинцы интересовались более всего. По цене отечественный автопром доступней, да и запчасти можно купить в любом магазине, не ждуть когда пришлют из Москвы или даже из-за границы.

Синхрон. <...>. Директор Кострома-Лада-Сервис. 9.01. Сейчас у нас очень востребована программа утилизации. Мы хотим напомнить, что она еще действует.

Ориентировочный срок это до начала лета. 9.11. Мы представляем сейчас традиционные наши модели. Но в них есть некие опции, которые будут приятным сюрпризом в автомобилях Лада. Это и ABS, и подогрев сидений.

З/К: Понравилась машина, но не хватает денег – не беда. Средство передвижения можно приобрести в кредит. Рядом с колонной автомобилей свой мобильный офис развернул Сбербанк.

Синхрон. <...>. Начальник отдела по работе с предприятиями-партнерами Костромского отделения Сбербанка. 1.38. Мы активно работаем над тем, чтобы эти кредиты как можно быстрее были оформлены, и на сегодняшний день мы однозначно можем сказать, что через 24 после подачи заявки клиент получает заключение о возможности предоставления кредита.

З/К: Ну а на сколько выгоден кредит от Сбербанка, шарьинцы убедились сами. Покупку автомобиля здесь оформляли каждые 5 минут.

Синхрон. <...>. Житель Шарьи. 15.01. в настоящий момент я думаю, что это самые выгодные условия, предоставляемые по автокредитам. 15.14. Корр. Склоняетесь, чтобы взять машину. Ал. – Думаю – да!

З/К: Всего за два часа акции кредитами Сбербанка воспользовалось более 100 человек. А посетило мероприятие более 800-т. Следующими городами, где Сбербанк и Кострома-Лада-Сервис проведут автосалон, будут Нерехта и Галич. АТ МГ ВК.

Таким образом, из текста данного сюжета видно, что объектами данной информации, в том числе являются:

услуга по предоставлению денежных средств в кредит,

кредитная организация, оказывающая услугу – кредит, – Сбербанк в лице Костромского отделения №8640 без указания организационно-правовой формы банка.

2. сюжета «Государственная программа субсидирования автокредитов» «Автопати в Бую» (размещен в «ВЕСТИ-КОСТРОМА» 21 марта 2011 г. в 20.30), которое содержит следующее:

Корр. <...>

Опер. <...>

Начитка ведущего: Автосалон под открытым небом с возможностью купить машину в кредит прямо на месте. В минувшие выходные в Бую прошло «Автопати», которое организовали автоцентр «Виразж» и Сбербанк. Так в нашей области работает государственная программа субсидирования автокредитов. Она разрабатывалась как антикризисная мера поддержки граждан и отечественного автопрома и направлена на снижение процентных ставок по автокредитам. Действие программы продлено на 2011 год. О доступности приобретения собственного авто наш репортаж из Бую.

З/К: «Форд», «Черри», «Лада», «ГАЗ», «УАЗ». Около 10 моделей от отечественных и импортных автопроизводителей выстроились в центре Бую. Особый интерес вызвали машины с дизельными двигателями. Вот в этой всем нам знакомой «маршрутке» установили дизель Каминс, производства США. Это идеальный вариант для перевозчика. Топлива такая машина расходует в 2 раза меньше, чем модель с бензиновым мотором. К тому же, под капотом стоит автономный подогреватель фирмы Бош, обеспечивающий пуск двигателя даже в 30-градусный мороз. Не менее любопытен и вариант легендарного отечественного внедорожника УАЗ с дизелем Iveco.

Синхрон: <...> – потенциальный покупатель. Машина хорошая. И удобная, и салон. И не сравнишь с ранними, конечно, современная машина.

З/К. в этом году компания «Виразж» отмечает свое 15-летие и готовит своим клиентам сюрприз.

Синхрон: <...> – коммерческий директор автоцентра «Виразж». Компания подошла к этой дате с широким выбором автомобилей, представленных у нас. Много брендов очень присутствует. В ближайшее время в Шарье будет открыт автосалон с полным комплексом услуг. Это будет и сервис, и гарантийное обслуживание. И всё всё всё в одном месте.

З/К: Понравившуюся машину можно было купить прямо на месте – в кредит. Автосалон под открытым небом развернулся у буйского отделения Сбербанка.

Синхрон: <...> – начальник отдела по работе с предприятиями-партнерами Костромского отделения Сбербанка. Преимущество наших условий, которые мы предоставляем по автокредитованию, заключаются в том, что одна из самых низких ставок в регионе. Срок получения ответа на заявку составляет не более 24 часов. Ну и то, что наши услуги по автокредитованию мы можем предлагать клиентам во всех наших райцентрах, где находятся специалисты в области кредитования.

З/К. за несколько часов, что работал автосалон в Бую, предварительную заявку по автокредиту в Сбербанке оформил 31 человек. В скором времени эти люди станут автовладельцами.

Таким образом, из текста данного сюжета видно, что объектами данной информации, в том числе являются:

услуга по предоставлению денежных средств в кредит,
кредитная организация, оказывающая услугу – кредит, – Сбербанк в лице Костромского отделения №8640 без указания организационно-правовой формы банка.

3. сюжета «Государственная программа субсидирования автокредитов» «Автопати в Галиче» (размещен в «ВЕСТИ-КОСТРОМА» 11 апреля 2011 г. в 20.30), которое содержит следующее:

Корр. <...>

Опер. <...>

Начитка ведущему: государственная программа субсидирования автокредитов в действии. В минувшие выходные в Галиче развернулся автосалон под открытым небом. Его организовали Сбербанк и автоцентр Виразж. Это уже 4-я по счету совместная акция банка и костромских автоцентров. О том, как сбываются мечты приобрести свой автомобиль, наш репортаж из Галича.

З/К: На автосалоне в Галиче горожанам представили свыше 20-ти моделей машин. Это и иномарки, и автомобили отечественного производства. В центре внимания оказался «УАЗ-Патриот» - солидная модель с экономичным дизельным двигателем.

Синхрон: <...>. Коммерческий директор автоцентра «Виразж». 10-35 это автомобиль повышенной проходимости. Он рамный, может передвигаться как по бездорожью, так и по обычным дорогам 10-46 + 10-53 устанавливаются и кондиционеры, и системы безопасности, люк, багажник очень большой. Автомобиль на любой случай жизни 11-02.

З/К: А эта семья автомобилем на все случаи своей жизни решила сделать Форд-фьюжн. Будущих хозяев представитель американского автоконцерна пленил дизайном салона и вместительным багажником.

Синхрон: <...>. Жительница г. Галича. 25-31 нас устраивает, что высокая посадка. Можно будет в сад ездить – по снегу, и дороги у нас, так скажем, не совсем хорошие, если в село выехать. Поэтому, нас устраивает эта машина 25-45.

З/К: Купить машину буквально сразу же после тэст-драйва. Такой шанс галичанам

дает Сбербанк, главный организатор автосалона. Оформить автокредит можно в местном отделении банка.

Синхрон: <...>. Ведущий инспектор отдела по работе с предприятиями и партнерами Костромского отделения Сбербанка РФ 17-49 для участников зарплатных проектов – те, кто получает зарплату по картам – ставка составит всего 12,85 сотых. Одна из самых низких ставок 17-59+18-02 если клиент приобретает машину по программе государственного софинансирования, он получает скидку в размере двух третей от действующей ставки 18-12.

З/К: Два покупателя за первый час работы выставки в Галиче – и еще три десятка потенциальных автовладельцев. Формат мобильного автосалона пользуется популярностью у автолюбителей региона. С начала совместной акции Сбербанка и костромских автоцентров хозяевами новых машин стали 15 жителей области. А следующий автосалон развернется уже в Костроме.

Таким образом, из текста данного сюжета видно, что объектами данной информации, в том числе являются:

услуга по предоставлению денежных средств в кредит,
кредитная ставка для участников зарплатных проектов – 12,85 сотых,
кредитная организация, оказывающая услугу – кредит, – Сбербанк в лице Костромского отделения №8640 без указания организационно-правовой формы банка.

4. сюжета «Верный курс с автокредитом» (размещен в «ВЕСТИ-КОСТРОМА» 23 мая 2011 г. в 6.35, 7.35), которое содержит следующее:

Корр. <...>

Опер. <...>

Хронометраж: 1 мин.

ЗАСТАВКА «ЖИЗНЬ»

Начитка ведущему:

Доля россиян, собирающихся обзавестись автомобилем в течение ближайшего года, выросла вдвое. Такие данные приводит ВЦИОМ. Собственное авто становится доступнее благодаря государственной программе субсидирования автокредитов, которая разрабатывалась как антикризисная мера. В рамках программы часть процентов по автокредиту компенсирует государство. Поэтому сам кредит становится дешевле. Программа оказалась востребованной. Поэтому ее действие продлено на 2011 год. Банки, в свою очередь, поощряют наиболее активных участников программы.

З/К: «Верный курс с автокредитом». Так называется новая акция «Сбербанка России». В этом году он отмечает свое 170-летие. И каждому 17-му клиенту, оформившему автокредит, банк подготовил подарок – GPS навигатор. Накануне в костромском отделении «Сбербанка» чествовали первого победителя акции. Им стал военный пенсионер <...>.

Лайф: представитель банка общается с участником программы автокредитования 00.35-00.46 Надеемся, что помимо получения кредита на покупку автомобиля вы будете пользоваться еще другими нашими услугами. И этот подарок будет добрым напоминанием о сбывшейся вашей мечте – покупке автомобиля.

00.48-00.53 Совсем неожиданно – взять займы у банка и получить за это приз.

З/К: Стать участником акции может любой желающий. Для этого необходимо до 30 июня оформить автокредит в Сбербанке. Только в этом месяце обзавелись автомобилем с помощью банка смогли 50-т жителей нашей области. Еще сто

заявок находятся на рассмотрении. И, как отмечают в костромском отделении «Сбербанка», популярность автокредитов растет. С 25 апреля банк снизил процентные ставки. И теперь они от 10-ти целых 9-ти десятых процента. А для желающих купить отечественный автомобиль в кредит, ставки еще ниже.

Синхрон: <...>, начальник отдела по работе с предприятиями и партнерами Костромского отделения Сбербанка:

03.50-04.18 Учитывая то, что большой спектр автомобилей идет по программе госсубсидирования, а «Сбербанк» активно участвует в этой программе, то для лиц, приобретающих автомобиль из этого диапазона, процентная ставка от 5 целых 4 десятых. Это существенно ниже уровня ставки рефинансирования, существенно ниже уровня инфляции, поэтому это очень выгодные условия и клиент, я считаю, должен пользоваться в данный момент этими условиями.

Таким образом, из текста данного сюжета видно, что объектами данной информации являются:

Сбербанк в лице Костромского отделения №8640 без указания организационно-правовой формы банка;

акция Сбербанка - «Верный курс с автокредитом» с указанием части существенной информации стимулирующего мероприятия - каждому 17-му клиенту, оформившему автокредит, банк подготовил подарок – GPS навигатор;

размеры процентных ставок Сбербанка России по автокредитам от 10,9%, от 5,4%.

На основании вышеизложенного, при использовании подобных форм преподнесения информации ОАО «Сбербанк России» в лице Костромского отделения №8640, ВГТРК в лице филиала ГТРК «Кострома» в совместном сотрудничестве также преследовали коммерческий интерес - получение прибыли, а такой признак говорит о наличии признака рекламы.

Рассматриваемые сюжеты не являются справочно-информационными и аналитическими материалами, на которые согласно подпункта 3 п. 2 ст. 2 Закона о рекламе не распространяются требования Закона о рекламе, т.к.:

Справочно-информационные материалы представляются в большинстве случаев в виде печатных или электронных документов, публикаций, статей и содержат анкетно-реквизитные, статистические, сводные или регулярно видоизменяющиеся полезные данные, основанные на количественных и качественных показателях отдельных явлений, объектов.

Аналитический материал - информационный блок, состоящий из описания исследования какого-то факта, процесса, явления путем логических приемов, обоснованных выводов и прогнозов.

В качестве примеров Закон о рекламе приводит обзор внутреннего и внешнего рынков (оценка экономического состояния ресурсов страны, промышленного производства, услуг, сельского хозяйства, финансовых институтов, места российских производителей на мировой арене, их опыт, уроки и перспективы развития национального бизнеса), результаты научных исследований и испытаний. Научное исследование - процесс изучения, экспериментирования, выдвижения гипотез и подтверждения теорий, направленный на извлечение знаний.

Испытание - операция технического плана и установленной процедуры, имеющая целью подтверждение или опровержение соответствия продукции, процесса или услуги предполагаемым требованиям или характеристикам.

Таким образом, реклама ОАО «Сбербанк России» размещена 14.03.2011 (20.30 «Вести-Кострома»), 21.03.2011 (20.30 «Вести-Кострома»), 11.04.2011 (20.30 «Вести-Кострома»), 23.05.2011 г. (6.35, 7.35 «Вести-Кострома») в эфирах телеканала «Россия 1» с нарушениями требований, установленных ч. 7 ст. 5, ст. 9. ч. 1 ст. 28 Закона о

рекламе.

ВГТРК зарегистрировано в качестве юридического лица Государственным учреждением Московской регистрационной палатой 11.10.1993 г. №027.509.

В соответствии с Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц» в Единый государственный реестр юридических лиц внесена запись о юридическом лице – Федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская Государственная телевизионная и радиовещательная компания» (ВГТРК), зарегистрированном до 1 июля 2002 года, 14.10.2002 г., присвоен основной государственный регистрационный номер <...> .

ВГТРК является учредителем средства массовой информации «Телеканал «Россия» (Россия-1)», что подтверждается свидетельством о регистрации средства массовой информации Эл №ФС77-48137 от 30.12.2011 г., выданным Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

04.07.2011 г. ВГТРК Роскомнадзором выдана лицензия на осуществление телевизионного вещания серия ТВ №18466, в которой указано наименование распространяемых средств массовой информации – Телеканал «Россия» (Россия-1).

Указом Президента Российской Федерации от 29.07.2004 г. №990 «О внесении изменения в Указ Президента Российской Федерации от 25 августа 1997 г. №919 «О совершенствовании государственного телевидения в Российской Федерации» генеральным директором ВГТРК назначен Добродеев О.Б.

Согласно п. 9 Устава ВГТРК, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 27 июля 1998 г. №844 (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 26 февраля 2004 г. №111) ВГТРК – Компания имеет филиалы и представительства по перечню согласно приложению, в том числе Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Кострома», г. Кострома.

Приказом ВГТРК от 22.07.2010 г. №1951-к «О назначении <...>» на должность директора филиала ВГТРК ГТРК «Кострома» назначена <...>.

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.

В соответствии с приказом филиала ВГТРК ГТРК «Кострома» от 27.07.2007 г. №66-п «О праве подписи эфирных папок и путевок» право подписи к эфиру материалов программы «Вести-Кострома» делегировано заместителю директора - начальнику службы информационных программ телевидения <...>

В соответствии с ч. 4, ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ст. 9, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, рекламодатель несет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно п. 37 Устава ВГТРК, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 27 июля 1998 г. №844 (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 26 февраля 2004 г. №111) ВГТРК – Компания несет ответственность за производственную и финансовую деятельность своих филиалов и представительств.

Рекламораспространителем в данном случае является ВГТРК.

На основании вышеизложенного, рекламораспространителем — ВГТРК, в лице заместителя директора – начальника службы информационных программ телевидения филиала ВГТРК ГТРК «Кострома» <...>, 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 в эфирах телеканала «Россия 1» (телепрограмма «Вести-Кострома») 14.03.2011 в 20 час. 30 мин., 21.03.2011 в 20 час. 30 мин., 11.04.2011 в 20 час. 30 мин., 23.05.2011 г. в 6 час. 35 мин., в 7 час. 35 мин., 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 <...>
<...>