РЕШЕНИЕ

«27» февраля 2010 г. Новосибирск

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

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

председатель Комиссии;

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

Носкова И.Р. – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы, член Комиссии;

Е.А. Скоп - специалист-эксперт отдела рекламы, член Комиссии

рассмотрев дело № 3, возбужденное по заявлению гражданина <…> и материалам инициативной проверки, проведенной Новосибирским УФАС России в отношении ООО «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» <…> по факту не указании рекламораспространителем в № 36 за 29 августа/8 сентября 2009 г. и № 38 за 12/20 сентября 2009 г. журнала «Антенна - Телесемь. Новосибирск» в рекламном блоке информации о том, что соответствующая информация является рекламной с признаками нарушения:

- ст. 16 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» (далее - Закон 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 <…> – не явился, уведомлен надлежащим образом,

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе.

УСТАНОВИЛА

В Новосибирское УФАС России поступило заявление <…> (вх. № 8104 от 01.12. 2009 г.) о не указании рекламораспространителем в № 36 за 29 августа/8 сентября 2009 г. и № 38 за 12/20 сентября 2009 г. журнала «Телесемь» в рекламном блоке информации о том, что соответствующая информация является рекламной. По мнению заявителя, данная информация вводит читателя в заблуждение и указывает на признаки нарушения ст. 16 Закона о рекламе.

Антимонопольным органом проведена проверка указанных фактов, в результате чего установлено следующее. В № 36 (705) за 29 августа/8 сентября 2009 г. журнала «Антенна - Телесемь. Новосибирск» на стр. 110 в выходных данных размещена информация следующего содержания: «Журнал зарегистрирован в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций по Новосибирской области. Регистрационный номер ПИ № ТУ 54-00063 от 08 октября 2008 г.». Схожая по содержанию информация размещена также и в № 38 за 12/20 сентября 2009 г. журнала, на стр. 108.

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.

Согласно представленным документам учредителем журнала «Антенна - Телесемь. Новосибирск» является ООО «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» <…>, основной государственный регистрационный номер <...> от 06.10.2005 г., ИНН 5402458791) в соответствии со свидетельством ПИ № ТУ 54-00063 от 08 октября 2008 г., выданным Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций по Новосибирской области. Указанное печатное издание зарегистрировано как журнал, с объемом рекламы до 40%.

Расчет объема рекламы в процентном соотношении в двух указанных номерах приведен в приложении № 1 и 2 к Акту проверки от 18.01.2009 г. Согласно данному акту проверки от 18.01.2009 г., объем рекламы в № 36 (705) 29 августа/6 сентября 2009 г. журнала «Антенна - Телесемь. Новосибирск» составляет 21%. Также, в данном номере на стр. 48 установлено распространение рекламной информации о банке «ТРАНСКАПИТАЛБАНК» без указания на то, что данная информация является рекламной.

Объем рекламы в № 38 (707) 12/20 сентября 2009 г. журнала «Антенна - Телесемь. Новосибирск» составляет 26%. Кроме того, в данном номере на стр. 2 установлено распространение рекламной информации о пластиковых окнах от «Первый строительный фонд», на стр. 83 рекламная информация о швейной технике «ЛОГОС», на стр. 87 рекламная информация о салоне «Почистим перышки», на стр. 88 о натяжных потолках и окнах организации «ТеплоДом», на стр. 106 рекламная информация о студии красоты и здоровья «Арифпос» без указания на то, что данная информация является рекламной.

Следовательно, так как журнал «Антенна-Телесемь.Новосибирск» является изданием не специализирующимся на материалах рекламного характера, а в изданиях имеются рекламные макеты, в которых отсутствует пометка о том, что данная информация является рекламной, имеют место нарушение ст. 16 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных ст. 16 указанного закона несет рекламораспространитель.

Согласно п.7 ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, признаётся рекламораспространителем.

В рассматриваемом случае на основании свидетельства о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 54-00063 от 08 октября 2008 г. выданного, Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций по Новосибирской области, ООО «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» (учредитель) выступает рекламораспространителем.

На заседании Комиссии Новосибирского УФАС России представителем Общества были предоставлены письменные пояснения по возбужденному делу о признаках нарушения законодательства о рекламе ООО «ИнтерМедиаГрупп Сибирь», в которых указывается что:

1) в действиях Общества отсутствует событие нарушения законодательства о рекламе, т. к. на запрос антимонопольного органа были предоставлены документы, опровергающие утверждение заявителя об отсутствии пометки «реклама» или «на правах рекламы» в отношении следующих рекламных макетов: «Евросеть…», «Мутон, нутрия…», «Юридические услуги…», «Центр Росток…», «Как выучить английский…», «Туры…», «Монтессори-Центр».

В объявлении «ТранскапиталБанк» указание на рекламный характер содержалось только в рекламе, распространенной в газете «Телесемь», в журнале «Телесемь» указанный материал вышел без соответствующей пометки.

Общество указывает, что согласно ст. 2 Закона о рекламе, рекламой является распространенная в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или о юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и признана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний. Считает, что из приведенной нормы следует, что идентичность содержания рекламных объявлений определяется по объекту (лица, товары,0 идеи, начинания), к которым привлекается внимание потребителя, формируется или поддерживается интерес. В рассматриваемом случае объявления рекламного характера размещены в двух формах издания – газеты и журнала. При этом в газете было сделано указание на рекламный характер информации, а в журнале нет. Общество считает, что по этой причине нельзя признать обоснованным наличие события нарушения законодательств о рекламе, т.к. нарушение имело место со стороны уполномоченного лица Общества, который при выпуске макета в печать не проверил наличие обязательной информации на нем о

рекламном характере такой информации, также данный факт носил единичный характер.

Данный довод не может быть принят во внимание по следующим причинам. Поводом для возбуждения дела о нарушении законодательства о рекламе в отношении Общества явилась не только информация, указанная в заявлении <…>, но и материалы собственной проверки номеров рассматриваемого издания, где было установлено наличие нескольких макетов (а не единичный факт), не содержащих необходимой пометки, указывающей рекламный характер информации.

Хотя обязательная информация и содержалась на рекламных макетах, размещенных Обществом в издании в формате газеты, а в аналогичном издании, но в формате журнала нет, однако указанные издания являются самостоятельными средства массовой информации (но одного учредителя), имеющим отдельные свидетельства о регистрации СМИ, свой оригинальный номер регистрации.

Утверждение Общества о том, что в нарушении было виновно уполномоченное лицо Общества, который при выпуске маета в печать не проверил наличии обязательной информации является несостоятельным, т.к. сотрудник находился на своем рабочем месте и выполнял свою трудовую функцию с ведома руководства Общества, ООО «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» несет ответственность за действие своего сотрудника как работодатель в силу ст. 402 ГК РФ.

2) Общество считает, что в его действиях отсутствует вина, ссылаясь при этом на положения Постановление Конституционного Суда РФ от 24.06.2009 г. № 11-П, делая вывод на основании данного Постановления, о том, что в качестве необходимого элемента общего понятия состава правонарушения выступает вина, наличие которой является во всех отраслях предпосылкой возложения юридической ответственности, если иное прямо и недвусмысленно не установлено непосредственно самим законодателем. Положения Закона о рекламе такого изъятия не содержат, следовательно, при установлении факта нарушения в действиях Заявителя (!) законодательства о рекламе подлежат исследованию и вопросы вины. Также ссылается на локальные акты и возлагает ответственность за допущенное нарушение на директора по рекламе <…>.

Данный довод не принимается по следующим причинам.

Конституционный Суд РФ правомерно сделал вывод об установлении вины, но данный акт применяется в отношениях, возникших в сфере нарушения антимонопольного законодательства. Данный документ так и называется: Постановление Конституционного Суда от 24 июня 2009 г. N 11-П по делу о проверке конституционности положений пунктов 2 и 4 статьи 12, статей 22.1 и 23.1 Закона РСФСР "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" и статей 23, 37 и 51 Федерального закона "О защите конкуренции" в связи с жалобами ОАО "ГАЗЭНЕРГОСЕТЬ" и ОАО "НИЖНЕКАМСКНЕФТЕХИМ", он может быть применен по аналогии закона, на усмотрение должностного лица в рамках рассмотрения дела об административном правонарушении, где вопрос вины исследуется в каждом конкретном случае.

Комиссия приходит к выводу о том, что в материалах дела имеются все основания

для признания именно ООО «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» виновным в нарушении требований ст. 16 Закона о рекламе. Нарушения законодательства о рекламе со стороны заявителя в данном случае не имеет места.

3) Общество считает, что отсутствуют основания для выдачи ему предписания со стороны антимонопольного органа, та как в настоящий момент нарушение окончено, и выданное предписание будет являться невыполнимым.

Комиссия считает данный довод несостоятельным, так как Общество является учредителем периодического издания журнала «Антенна-Телесемь.Новосибирск» и выходит один раз в неделю.

4) По мнению Общества, при возбуждении производства по делу о нарушении законодательства о рекламе усматривается нарушение сроков возбуждения производства, ссылается на п. 15 и 16 Постановление Правительства РФ от 17.08.2006 N 508 "Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе". Согласно п. 15 указанного Правил, антимонопольный орган рассматривает заявление, поданное в соответствии с Правилами, а также документы и материалы, приложенные к нему, в срок, не превышающий 1-го месяца со дня его поступления. Заявление было подано 01.12.2009 г., документы по запросу от 03.12.2009 г. были предоставлены 11.12.2009 г., определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе. В то же время указывает, что поскольку законодательством РФ не предусмотрена обязанность со стороны антимонопольного органа уведомлять о продлении срока, необходимого для возбуждения производства по делу лицо, в отношении которого возбуждено такое производство, и ООО «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» не располагает данными о том, имело ли место такое продление, формально по имеющимся материалам в действиях УФАС по НСО усматриваются признаки нарушения сроков при возбуждении производств по делу.

С данным обстоятельством Комиссия не согласна, постольку, поскольку п. 15 Правил Постановление Правительства РФ от 17.08.2006 N 508 "Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе", в случае недостаточности доказательств, позволяющих сделать вывод о наличии либо отсутствии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, антимонопольный орган вправе продлить срок рассмотрения заявления, но не более чем на 1 месяц, письменно уведомив о таком решении заявителя. Таким образом, общий срок рассмотрения может составлять не больше 2-х месяцев. Письменные доказательства данного факта имеются в материалах дела, следовательно, в действиях антимонопольного органа отсутствует то нарушение, о котором упомянуло Общество в своих пояснениях.

Кроме того, представитель Общества имел возможность ознакомится с данными документами 15.02.2010 г., когда знакомился с материалами дела, о чем имеется соответствующая пометка в листе ознакомления с документами дела № 3.

25.02.2010 г. Определением об отложении дела № 3 дело было отложено, 26.02.2010 г. ООО «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» были предоставлены дополнения к ранее представленным пояснениям, в которых Общество указывает следующее.

Общество утверждает, что макеты: Первый строительный фонд, Арифпос, Теплодом, Почистим перышки, Логос вышли с нарушением ст. 16 Закона о реламе. В том случае, когда происходит возобновление размещение макета клиента, которые ранее уже размещались макеты, соответствующий макет проходит проверку заново, как, например, это было с Теплодомом, где макет был размещен изначально в №№ 38-41, а затем, измененный макет в № 9 от 17.02, где отсутствует нарушение Закона о рекламе и имеется пометка «реклама». При этом, при перерыве в размещении рекламы, макет повторно осматривается и в том случае, если макет не менялся, как например, в ситуации с Логосом, когда объявление после рекламы в номере № 38, вышло в номерах 39-41 с пометкой реклама (заказчик намеревался поменять текс в макете, не оставил прежний макет, не смотря на это он был перепечатан). Указанное, по мнению Общества, свидетельствует не о нарушении Обществом законодательства о рекламе, а об ошибке, недосмотре ответственного работника.

По мнению антимонопольного органа, данная позиция является ошибочной. Анализ ответственности общества, а не его работника был приведен выше.

Относительно выхода рекламных сообщений, размещенных в журнале с нарушением ст. 16 Закона о рекламе в исправленном виде в других номерах, могло бы рассматриваться как доказательство исправления нарушения в случае предоставления Общества данных номеров журнала (с исправленными макетами рекламных сообщений, имеющих признаки нарушения законодательства о рекламе) и служить основанием для принятия Комиссией решения о выдачи предписания.

Общество поясняет, что указав в ст. 16 Закона о рекламе требование о необходимости проставления отметки «реклама» на каждом материале рекламного характера, законодатель хотел, чтобы читатель при восприятии этих материалов оценивал их как рекламные. Ст. 16 Закона о рекламе не содержит требования о том, каким образом (размер, шрифт, прочие данные) должна быть нанесена надпись «реклама». Общество в журнале размещает рекламные объявления в совокупности (т.е. нет объявлений, которые могут разрывать текст нерекламной статьи) на определенных полосах страницы, таким образом, у читателей возникает стойкое, единообразное восприятие сообщений, как рекламных. Общество делает вывод, что формальное нарушение, выразившееся в отсутствии пометки «реклама» не привело и не могло привести к неверному восприятию читателем вышеуказанных объявлений. Считает, что данная точка зрения высказана и п. 13 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе", согласно которому оповещение читателя нерекламной печатной продукции о рекламном характере информации допустимо в форме, позволяющей распознать материал как рекламу в момент его прочтения. На основании изложенного Общество делает вывод об отсутствии нарушения.

Следует отметить, что Общество ошибочно применяет выводы данного документа, так как речь в данном пункте документа идет совершенно о другой ситуации. Кроме того, нормы ранее действующего Федеральный закон от 18.07.1995 N 108-ФЗ "О рекламе", не содержали четкого требования об указании на рекламный характер информации. Закон о рекламе 2006 г. в ст. 16 содержит конкретную формулировку такого указания.

Кроме того, согласно представленным документам, договоры на оказание услуг по размещению рекламы с рекламодателями рассматриваемой рекламы заключались от имени ООО «ИнтерМедиаГрупп Сибирь».

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ, признается ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА

1. Признать рекламу, распространенную в № 36 (705) 29 августа/6 сентября 2009 г. журнала «Антенна-Телесемь.Новосибирск» на стр. 48 о банке «ТРАНСКАПИТАЛБАНК»;

рекламу, распространенную в № 38 (707) 12/20 сентября 2009 г. журнала «Антенна-Телесемь. Новосибирск», размещенную на стр. 2 о пластиковых окнах от «Первый строительный фонд», на стр. 83 о швейной технике «ЛОГОС», на стр. 87 о салоне «Почистим перышки», на стр. 88 о натяжных потолках и окнах организации «ТеплоДом», на стр. 106 о студии красоты и здоровья «Арифпос», ненадлежащей рекламой,

а Общество с ограниченной ответственностью «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» (юридический адрес: 630105, г. Новосибирск, ул. Линейная, д. 114/1,) нарушившим требования:

- ст. 16 Закона 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,

2. Выдать Обществу с ограниченной ответственностью «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» 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 «05» марта 2010 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

И.Р. Носкова

Е.А. Скоп

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«27» февраля 2010 г. Новосибирск

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

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

члены Комиссии: Ю.В Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

И.Р. Носкова – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп - специалист-эксперт отдела рекламы.

на основании своего решения от 27 февраля 2010 г. по делу № 3, возбужденному по заявлению <…> (вх. № 8104 от 01.12. 2009 г.) и материалам инициативной проверки, проведенной Новосибирским УФАС России в отношении ООО «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» по факту не указании рекламораспространителем в № 36 за 29 августа/8 сентября 2009 г. и № 38 за 12/20 сентября 2009 г. журнала «Антенна-Телесемь.Новосибирск» в рекламном блоке информации о том, что соответствующая информация является рекламной с признаками нарушения:

- ст. 16 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» (далее - Закон 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 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 «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований:

- ст. 16 Закона 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 том числе рекламы, распространенной в № 36 (705) 29 августа/6 сентября 2009 г. журнала «Антенна- Телесемь.Новосибирск» на стр. 48 о банке «ТРАНСКАПИТАЛБАНК»;

рекламы, распространенной в № 38 (707) 12/20 сентября 2009 г. журнала «Антенна-Телесемь. Новосибирск», размещенной на стр. 2 о пластиковых окнах от «Первый строительный фонд», на стр. 83 о швейной технике «ЛОГОС», на стр. 87 о салоне «Почистим перышки», на стр. 88 о натяжных потолках и окнах организации «ТеплоДом», на стр. 106 о студии красоты и здоровья «Арифпос».

2. Обществу с ограниченной ответственностью «ИнтерМедиаГрупп Сибирь» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до «15» марта 2010 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

И.Р. Носкова

Е.А. Скоп