

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

610019, г.Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от " 17 " февраля 2010 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии – <...> – руководителя управления и членов Комиссии – Созиновой А.И. – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <...>- вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, в присутствии:

<...> – представителя ООО «Карат» по доверенности от 15.01.2010;

<...> – представителя ООО «Карат» по доверенности от 15.01.2010;

<...> - представителя ООО «ПроГород» по доверенности от 11.01.2010;

протокол вел <...> – вед. специалист - эксперт отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев, по заявлению ООО «ПроГород» (610001, г. Киров, <...>), дело № 46 по признакам нарушения ООО «Карат» (610000, г. Киров, ул. <...>) п. 1, п. 4 ч. 2 и п. 1 и п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ,

УСТАНОВИЛА:

30.11.2009 в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление директора ООО «ПроГород» <...> о нарушении ООО «Карат» действующего законодательства.

По мнению заявителя, нарушение заключается в следующем.

В № 47 (142) от 20.11.2009 городской еженедельной газеты «Источник новостей» на третьей полосе в разделе «Городские новости» была размещена информация следующего содержания: «156000 экземпляров газеты «Источник новостей» распространяется теперь по почтовым ящикам наших горожан. **Это самый большой тираж среди кировских печатных изданий.** Начиная с прошлой недели, большая часть тиража распространяется на день раньше-уже в пятницу. Источник новостей - единственная из бесплатных газет, которая еженедельно дает возможность провести аудит тиража. Подробности по тел. 49-4<...>». Помимо этого, на первой полосе этого номера газеты, рядом с названием размещен логотип с текстом «**Тираж № 1 в Кирове. 156.000.**».

При этом газета «ПроГород» распространяется аналогичным тиражом – 156000 экземпляров, поэтому информация о превосходстве тиража газеты «Источник новостей», вводит потребителей и рекламодателей в заблуждение относительно широты охвата территории этого СМИ.

Кроме того, по мнению антимонопольного органа, информация о «самом большом тираже среди кировских печатных изданий», а также о том, что тираж газеты «Источник новостей» в 156000 является «№ 1 в Кирове», является рекламой самого издания, так как служит для привлечения внимания к газете, основная цель которой это обозначение преимуществ печатного издания и продвижение его на рынке, в том числе за счет привлечения большего количества рекламодателей.

Недобросовестной признается реклама, которая содержит **некорректные** сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами (п. 1 ч. 2 ст. 5) и является **актом недобросовестной конкуренции** в соответствии с антимонопольным законодательством (п. 4 ч. 2 ст. 5).

Кроме того, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о **преимуществах** рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами и **об изготовителе** или о **продавце** рекламируемого товара (п. 1 и п. 20 ч. 3 ст. 5).

Таким образом, указанная выше информация содержала признаки нарушения п. 1, п. 4 ч. 2, п. 1 и п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которые несет рекламодатель.

Учредителем и издателем газеты «Источник новостей» является ООО «Карат», которое в данном случае определило содержание собственной рекламы, т.е. выступило ее рекламодателем. Поэтому в отношении данного Общества было возбуждено производство по делу.

Рассмотрение дела продлевалось, так как у Комиссии возникла необходимость в получении дополнительных доказательств по делу.

На заседании Комиссии по данному делу представители сторон пояснили следующее.

Представитель ООО «ПроГород» поддержала доводы, изложенные в заявлении, так как считает, что реклама газеты «Источник новостей», размещенная ООО «Карат», является недобросовестной и недостоверной.

Представители ООО «Карат» нарушение не признают и считают, что информация о самом большом тираже номера 47 в 156000 экземпляров являлась достоверной, так как газета «Источник новостей» вышла на день раньше номера газеты «ПроГород», т.е. 20.11.2009. Предыдущие выпуски газеты «ПроГород» составляли 155000 и 155100 экземпляров. При этом некорректного сравнения рассматриваемая информация не содержала. В 48 номере логотип «тираж № 1 в Кирове. 156000» был размещен по ошибке.

Кроме того, ООО «Карат» действительно проводит еженедельные аудиты тиражей своей газеты, тогда как другие отказываются это делать. Проведение аудита тиража направлено на достижение прозрачности деятельности печатных изданий и предоставления достоверности сведений о реальных цифрах, выпускаемого тиража.

Поэтому, размещенная информация являлась корректной и достоверной».

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы сторон, Комиссия установила, что ООО «Карат» нарушен п. 1, п. 4 ч. 2 и п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе». Факт нарушения п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе своего подтверждения не нашел.

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», **рекламой** является **информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.**

Информация, размещаемая ООО «Карат» в газетах № 47 (142) от 20.11.2009 и № 48 (143) от 27.11.2009 соответствует требованиям ст. 3 и является рекламой, служит для привлечения внимания потребителей к самому изданию, основная цель, которой это обозначение преимуществ печатного издания и продвижение его на рынке.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Недобросовестной признается реклама, которая содержит **некорректные** сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами (п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона) и является **актом недобросовестной конкуренции** в соответствии с антимонопольным законодательством (п. 4 ч. 2 ст. 5 Закона).

Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о **преимуществах** рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами (п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона).

Как было установлено, в № 47 (142) от 20.11.2009 городской еженедельной газеты «Источник новостей» на третьей полосе в разделе «Городские новости» была размещена информация следующего содержания: «156000 экземпляров газеты «Источник новостей» распространяется теперь по почтовым ящикам наших горожан. **Это самый большой тираж среди кировских печатных изданий.** Начиная с прошлой недели, большая часть тиража распространяется на день раньше-уже в пятницу. **Источник новостей - единственная из бесплатных газет, которая еженедельно дает возможность провести аудит тиража.** Подробности по тел. 49-47-84». Помимо этого, на первой полосе этого номера газеты, рядом с названием размещен логотип с текстом «**Тираж № 1 в Кирове.156.000.**» Кроме того, в № 48 (143) от 27.11.2009 на первой полосе, рядом с названием также был размещен логотип с текстом «**Тираж № 1 в Кирове.156.000.**».

Согласно данным ООО «ПроГород» тираж газеты «ПроГород» в 2009 году изменялся и имел максимальное значение в начале года в количестве 161400 экземпляров. Минимальный тираж составлял 149000 экземпляров. При этом, тираж от 21.11.2009 составлял 156000, а от 28.11.2009 – 158000 экземпляров.

В соответствии со счетами - фактурами № 2382 от 19.11.2009 и № 2439 от 26.11.2009 тираж газеты «Источник новостей» № 47 и № 48 составлял 156000 экземпляров.

Газеты «ПроГород» (Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ТУ 43-167 от 30.10.2009) и «Источник новостей» (Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ТУ 43-19 от 19.07.2008) являются периодическими печатными изданиями и выпускаются один раз в неделю. Тираж указанных газет не изменяется в течение недели и распространяет свое действие на все семь дней до выхода нового номера.

Поэтому в период с 21.11.2009 по 27.11.2009 тираж газет «ПроГород» (№ 47) и «Источник новостей» (№ 47) был одинаковым и составлял 156000 экземпляров.

Кроме того, последующий тираж газеты «Источник новостей», вышедший 27.11.2009, был меньше на две тысячи экземпляров тиража номера «ПроГород» от 28.11.2009.

В толковом словаре русского языка под редакцией Ожегова С.И. и Шведовой Н.Ю. понятие «некорректное» сравнение - это сравнение «невежливое», «нетактичное», «неучтивое».

Наряду с тем, что сравнение в рекламе каких либо характеристик товара, разных производителей допускается, **закон ограничивает компании в проведении некорректных сравнений.** Некорректность является оценочной категорией и носит под собой нравственно-этический подтекст. Так любая реклама, направленная на продвижение товара, подчеркивающая его преимущество перед другими товарами, находящимися в обороте, может быть признана недобросовестной. При этом не обязательно должно афишироваться имя конкурента. Сравнение должно отличаться нетактичностью, невежливостью, неучитывостью или даже неблагоприятностью.

В рассматриваемом случае, некорректность (невежливость) заключалась в том, что ООО «Карат», разместив на первой полосе в двух номерах газеты «Источник новостей», рядом с названием логотип с текстом «**Тираж № 1 в Кирове.156.000.**», предоставило потребителям информацию о величине своего тиража в качестве некоего преимущества, а именно номера один, т.е. обозначило его как самый большой. Поэтому поставило свое издание в заведомо выгодное положение (п. 1 ч. 2 и п. 1 ч. 3 ст. 5).

Кроме того, информация на третьей полосе в разделе «Городские новости» номера 47 (142) от 20.11.2009 «**о самом большом тираже среди кировских печатных изданий**» также является некорректной и ставит газету «Источник новостей» в преимущественное положение по отношению к другим печатным изданиям, распространяемым на территории города Кирова (п. 1 ч. 2 и п. 1 ч. 3 ст. 5).

В соответствии со ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция – это любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

ООО «Карат» (учредитель и издатель газеты «Источник новостей») и ООО «ПроГород» (учредитель и издатель газеты «ПроГород») являются конкурентами, включая предоставление услуг по размещению рекламной информации, и действуют в одних географических границах, а именно на территории города Кирова.

Количественные данные тиража, указываемые в выходных данных СМИ являются одним из важных показателей, определяющих привлекательность периодического печатного издания для рекламодателей, и объем занимаемой им доли рынка периодической печатной продукции.

В соответствии с п. 2 и п. 3 ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе: введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и **количества товара** или в отношении его производителей, а также **некорректное** сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами.

Действия, по размещению информации о том, что газета «Источник новостей» имеет **самый большой тираж среди кировских печатных изданий**, являющейся некорректной по отношению к другим изданиям, в том числе к газете «ПроГород»,

способна ввести в заблуждение потребителей относительно его величины, являются актом недобросовестной конкуренции на рынке издательской и рекламной деятельности (п. 4 ч. 2 ст. 5).

В подтверждение информации том, что «**Источник новостей - единственная из бесплатных газет, которая еженедельно дает возможность провести аудит тиража**» ООО Карат представило соглашение к договору подряда № к/41 от 01.09.2009 и публикацию под названием «Только настоящие тиражи!», размещенную в газете «Бизнес-Новости» от 17.08.2009 № 33 (37). Указанные документы указывают на тот факт, что ООО «Карат» действительно дает возможность для всех желающих принять участие при сдаче – приемке очередного тиража газеты. Однако, доказательств, подтверждающих то, что «**Источник новостей**» является **единственной** из бесплатных газет, которая дает возможность проведения еженедельного аудита тиража, в ходе рассмотрения дела не было представлено. При этом, обязанность доказывания достоверности той или иной информации возложена действующим законодательством о рекламе на рекламодателя.

Учитывая изложенное, антимонопольный орган считает, что позиционирование газеты «Источник новостей» как издания с самым большим тиражом в 156000 экземпляров среди кировских печатных изданий, являющимся № 1, в рассматриваемом случае некорректно, недостоверно и нарушает принципы добросовестной конкуренции, создавая преимущества отдельному изданию на рынке оказания издательских и рекламных услуг.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований п. 1, п. 4 ч. 2 и п. 1 ч. 3 ст. 5 ответственность несет рекламодатель.

Рекламодателем является ООО «Карат» (учредитель и издатель газеты «Источник новостей»), которое в данном случае определило содержание собственной рекламы и разместило ее в газете.

Все вышеуказанное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «Карат».

Учитывая тот факт, что ненадлежащая реклама была опубликована только в двух номерах газеты и на момент рассмотрения дела не распространяется, Комиссия решила предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

В соответствии со ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламораспространителем или рекламопроизводителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц – от сорока тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Должностным лицом ООО «Карат» является главный редактор газеты «Источник

новостей» – **<...>**, который в соответствии с уставом редакции периодического печатного издания и ст. 19 Закона РФ «О средствах массовой информации» несет ответственность за соблюдение действующего законодательства и выпуск материалов газеты. Поэтому, он должен был предотвратить нарушение законодательства о рекламе.

Комиссия считает необходимым привлечь главного редактора газеты «Источник новостей» ООО «Карат» Пускальну Василия Евгеньевича к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, п. 1, п. 4 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ст. 4, ст. 14 Федерального закона «О защите конкуренции» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную ООО «Карат» в № 47 (142) от 20.11.2009 городской еженедельной газеты «Источник новостей» на третьей полосе в разделе «Городские новости»: «156000 экземпляров газеты «Источник новостей» распространяется теперь по почтовым ящикам наших горожан. **Это самый большой тираж среди кировских печатных изданий.** Начиная с прошлой недели, большая часть тиража распространяется на день раньше-уже в пятницу. **Источник новостей - единственная из бесплатных газет, которая еженедельно дает возможность провести аудит тиража.** Подробности по тел. 49-47-84», а также на первой полосе в газетах № 47 (142) от 20.11.2009 и в № 48 (143) от 27.11.2009 текста «**Тираж № 1 в Кирове. 156.000**», так как она противоречит требованиям п. 1, п. 4 ч. 2 и п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ООО «Карат», нарушившим п. 1, п. 4 ч. 2 и п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

3. Предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

4. Передать материалы дела ведущему специалисту - эксперту Кировского УФАС России **<...>** для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении главного редактора газеты «Источник новостей» ООО «Карат» **<...>**.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 04.03.2010 года.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...> А.Г.Рогожкин