

(дата оглашения резолютивной части решения)

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

председатель Комиссии: <...>;

члены Комиссии: <...>;

рассмотрев дело № 105-43р по признакам нарушения Общества с ограниченной ответственностью, Рекламного агентства «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ» (394043, г. Воронеж, ул. Ленина, 73, офис 207) (далее – ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ, Общество»), требований статьи 16, части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» и Общества с ограниченной ответственностью «Складские технологии» (394026, г. Воронеж, ул. Электросигнальная, 19в) (далее — ООО «Складские технологии») требований части 1 статьи 28 и части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...> ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ» <...>, <...> ООО «Складские технологии» <...>, **установила:**

Воронежским УФАС России 21.05.2010, в ходе мониторинга периодических печатных изданий, в средстве массовой информации периодическом печатном издании «Оптовик Черноземья» (№ 2 — 2 (305) 2010 февраль, от 11 февраля 2010 года) (далее — СМИ «Оптовик Черноземья») обнаружено распространение на обложке и 19 странице информации следующего содержания: «Складские технологии + 7(4732)39-24-21, 39-21-67, 39-67-21 г. Воронеж, ул. Электросигнальная, 19в; e-mail: serg125sts@yandex.ru, <http://skladst.ru> ПРОДАЖА ЛИЗИНГ АРЕНДА ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ РЕМОНТ БУЛКАР НЕЛИ ТСМ ПОГРУЗЧИКИ ШТАБЛЕРЫ ТЕЛЕЖКИ СТЕЛЛАЖИ ШИНЫ КОЛЕСНЫЕ ОПОРЫ» (далее — рассматриваемая информация).

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» (далее — ФЗ «О рекламе»), объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», одним из объектов рекламирования в рассматриваемой информации является лизинг.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация, в соответствии с пунктом 1 статьи 3 является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формированию или поддержанию интереса к ним и их продвижению на рынке (далее — рассматриваемая реклама).

Определением от 28.05.2010 в отношении ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ» возбуждено дело № 51.03-14.3/42р об административном правонарушении и начато административное расследование.

Определением от 28.05.2010 в отношении ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ» возбуждено дело № 105 – 43р по признакам нарушения части 1 статьи 28 и статьи 16 законодательства Российской Федерации о рекламе и назначено к рассмотрению на 28 июня 2010 года.

В связи с необходимостью привлечения к участию в деле ООО «Складские Технологии» в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, срок рассмотрения дела продлен на один месяц (до 28.07.2010), рассмотрение дела отложено и назначено на 19.07.2010.

В связи с отсутствием документов подтверждающих надлежащее извещение ООО «Складские Технологии» о месте и времени рассмотрения дела № 105 – 43р назначенное на 19.07.2010, рассмотрение дела отложено и назначено на 11 часов 00 минут 28.07.2010.

В ходе рассмотрения дела 28 июля 2010 года представители ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ» и ООО «Складские Технологии» признали факты нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Ознакомившись с материалами дела, заслушав объяснения лиц, участвующих в деле, Комиссия пришла к выводу о наличии в действиях ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ» и ООО «Складские Технологии» нарушений требований части 1 статьи 28 законодательства Российской Федерации о рекламе на основании следующих обстоятельств.

В соответствии со Свидетельством о регистрации средства массовой информации от 31 мая 2000 года ПИ № 77 – 3632, выданного Министерством Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, форма периодического распространения СМИ «Оптовик Черноземья» - журнал, территория распространения – Российская Федерация, учредителем (соучредителем) является ООО Рекламное агентство «Оптовик Черноземья» (394000, г. Воронеж, ул. Ф. Энгельса, д. 24), адрес редакции – 394000, г. Воронеж, проспект Революции, д. 30.

Из выходных данных рассматриваемого номера СМИ «Оптовик Черноземья», одним из издателей СМИ «Оптовик Черноземья» является ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ».

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», **рекламораспространитель** - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ».

Как следует из договора № 55 от 11 января 2010, заключенного между ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ» (исполнитель) и ООО «Складские Технологии» (заказчик), исполнитель обязуется в период с 11 января 2010 по 31 декабря 2010, в том числе размещать утвержденную заказчиком рекламу в справочных изданиях и СМИ «Оптовик Черноземья».

В соответствии с Актом № 00000021 от 24 февраля 2010 услуга по размещению рекламы в журнале «Оптовик Черноземья» № 2/1, 2, 3 выполнена полностью и в срок, заказчик (ООО «Складские Технологии») к исполнителю (ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ») претензий по объему, качеству и срокам оказания услуги не имеет.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе», **рекламодатель** - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Таким образом рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Складские Технологии».

Пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135 — ФЗ «О защите конкуренции» (далее — ФЗ «О защите конкуренции») установлено понятие финансовой услуги, согласно которому, финансовая услуга — банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга /.../.

Тем самым реклама, размещенная на обложке и 19 странице СМИ «Оптовик Черноземья», является рекламой финансовой услуги (лизинга).

В соответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя, отчество).

В ходе рассмотрения дела представитель ООО «Складские Технологии» сообщил Комиссии о том, что ООО «Складские Технологии» не оказывает услуги финансовой аренды (лизинга) и представил Перечень организаций предоставляющих услуги лизинга на приобретение техники в ООО «Складские Технологии», такими организациями являются:

CARCADE, EUROPLAN, Поволжский лизинговый центр, СБЕРБАНК РОССИИ, Элемент Лизинг, УРАЛСИБ, РосБанк, НОМОС-ЛИЗИНГ,

РЕСО-лизинг, Русфинанс Банк, ВТБ 24, Лизинг-Моторс, ООО «Лизинг», Промсвязьбанк.

Таким образом, рассматриваемая реклама распространяется с нарушением **части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе»**, выраженным в отсутствии в содержании рекламы финансовой аренды (лизинга) наименования юридических лиц и (или) фамилий, имен, отчеств физических лиц (индивидуальных предпринимателей), оказывающих данные финансовые услуги, что не допускается.

Из контекста рассматриваемой рекламы финансовых услуг (лизинга), Комиссией установлено отсутствие информации о наименовании организаций фактически оказывающих услуги лизинга. При этом в содержании рассматриваемой рекламы указаны наименование, адрес нахождения и телефоны ООО «Складские Технологии».

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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 вводится в заблуждение потребитель рекламы.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама распространяется с нарушением **части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»**, выраженным в отсутствии в рекламе финансовой аренды (лизинга) наименований конкретных финансовых организаций, фактически оказывающих услуги лизинга, что искажает смысл информации и вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно возможности оказания услуги лизинга ООО «Складские Технологии», что не допускается. Комиссией установлено, что (№ 2 — 2 (305) 2010 февраль) от 11 февраля 2010 года, СМИ «Оптовик Черноземья» распространяется с указанием в выходных данных информации о специализации на сообщениях и материалах рекламного характера, но без указания такой специализации на обложке.

В соответствии со статьей 16 ФЗ «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.

Учитывая отсутствие информации о специализации на сообщениях и материалах рекламного характера на обложке СМИ «Оптовик Черноземья» № 2 — 2 (305) 2010 февраль от 11 февраля 2010 года, требования в части допустимого объема рекламы распространяются на указанный номер СМИ «Оптовик Черноземья».

В ходе анализа информации, произведен расчет объема рекламы в СМИ «Оптовик Черноземья»:

Общая площадь печатного поля СМИ «Оптовик Черноземья» (далее – журнал), рассчитана по формуле:

$$\text{Собщ} = a \times b \times c$$

Где Собщ – общая площадь печатного поля

a – ширина (см²),

b – длина (см²),

c – количество страниц печатного поля журнала

$$\text{Собщ} = 17 \times 28 \times 44 = 20944 \text{ см}^2.$$

В соответствии с пунктами 1-6 части 2 статьи 2 ФЗ «О рекламе», в журнале выявлено 7 публикаций не рекламного характера, а именно:

1. Информация на лицевой обложке журнала (название и номер издания), площадь которой составляет:

$$S_1 = 5 \times 12,5 = 62,5 \text{ см}^2$$

2. Информация на странице 1 журнала (выходные данные СМИ), площадь которой составляет:

$$S_2 = 5,5 \times 28 = 154 \text{ см}^2$$

3. Информация на странице 1 журнала (содержание номера), площадь которой составляет:

$$S_3 = 9 \times 11 = 99 \text{ см}^2$$

4. Информация на странице 2 журнала (рубрикатор), площадь которой составляет:

$$S_4 = 17 \times 28 = 476 \text{ см}^2$$

5. Информация на странице 4-7 журнала (статья «на безрыбье и сурими рыба /.../»), площадь которой составляет

$$S_5 = 17 \times 28 \times 4 = 1904 \text{ см}^2$$

6. Информация на странице 38-39 журнала – адреса распространения журнала, площадь которой составляет:

$$S_6 = 17 \times 28 \times 2 = 952 \text{ см}^2$$

7. Информация на странице 40 журнала - сканворд, площадь которой составляет:

$$S_7 = 17 \times 28 = 476 \text{ см}^2$$

Площадь не рекламной информации составляет:

$$S_{нр} = S_1 + S_2 + S_3 + S_4 + S_5 + S_6 + S_7$$

Где S_{нр} – общая площадь не рекламной информации (см²),

S_п – площадь публикации не рекламного характера

$$S_{нр} = 62,5 + 154 + 99 + 476 + 1904 + 952 + 476 = 4123,5 \text{ см}^2.$$

Площадь рекламной информации в журнале рассчитана по формуле:

$$S_p = \text{Собщ} - S_{нр},$$

Где S_p – площадь рекламы в журнале

S_{нр} – площадь не рекламной информации в журнале

$$S_p = 20944 - 4123,5 = 16820,5 \text{ см}^2$$

Объем рекламы в указанном печатном СМИ вычисляется по формуле:

$$P = S_p / \text{Собщ} \times 100$$

Где P – объем рекламы (%)

S_p – площадь рекламы

Собщ – общая площадь печатного поля

Следовательно, объем рекламы в СМИ «Оптовик Черноземья» (№ 2 — 2

(305) 2010 февраль, от 11 февраля 2010 года) составляет:

$$P = 16820,5 / 20944 \times 100 = 80\% \text{ от общего объема номера.}$$

Таким образом реклама в СМИ «Оптовик Черноземья» (№ 2 — 2 (305) 2010 февраль, от 11 февраля 2010 года), распространяется с нарушением требований **статьи 16 ФЗ «О рекламе»**, выраженным в превышении допустимого объема рекламы, который составляет 80% от объема одного номера, что не допускается.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе частью 1 статьи 28, частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение

требований, установленных, в том числе статьей 16, частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

На момент вынесения решения, в материалах дела отсутствуют документальные доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы, в связи с чем Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ» и ООО «Складские Технологии» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Складские технологии +7(4732)39-24-21, 39-21-67, 39-67-21 г. Воронеж, ул. Электросигнальная, 19в; e-mail: serg125sts@yandex.ru, <http://skladst.ru> ПРОДАЖА ЛИЗИНГ АРЕНДА ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ РЕМОНТ БУЛКАР НЕЛИ ТСМ ПОГРУЗЧИКИ ШТАБЛЕРЫ ТЕЛЕЖКИ СТЕЛЛАЖИ ШИНЫ КОЛЕСНЫЕ ОПОРЫ», распространяемую в средстве массовой информации периодическом печатном издании «Оптовик Черноземья» (№ 2 — 2 (305) 2010 февраль, от 1 1 февраля 2010 года) по настоящее время, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 28, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать рекламодателю ООО «Складские Технологии» предписание о прекращении нарушений части 1 статьи 28, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

3. Выдать рекламораспространителю ООО РА «ОПТОВИК ЧЕРНОЗЕМЬЯ» предписание о прекращении нарушения части 1 статьи 28, статьи 16 ФЗ «О рекламе».

4. Передать материалы дела уполномоченному сотруднику Воронежского УФАС России для возбуждения в отношении ООО «Складские Технологии» дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «б» августа 2010 года.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии