

РЕШЕНИЕ

по делу № 11-03-16-02/716

"08" февраля 2012 г.

г. Волгоград

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

Председатель Комиссии - заместитель руководителя Управления –
Никуйко Ирина Борисовна,
главный государственный инспектор отдела
Члены Комиссии - контроля недобросовестной конкуренции и
рекламы – Алимova Елена Владимировна
государственный инспектор отдела контроля
- недобросовестной конкуренции и рекламы – Булах
Дарья Александровна,
государственный инспектор отдела контроля
- недобросовестной конкуренции и рекламы –
Тынянкина Анна Александровна,

рассмотрев дело № 11-03-16-02/716, возбуждённое по признакам нарушения ст. 16
ФЗ РФ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ (ФЗ «О рекламе») в отношении
Волгоградской торгово-промышленной палаты (сокращенное наименование
согласно Уставу 2007г. – ВТПП, местонахождение г. Волгоград, ул.7-я Гвардейская,
2) в связи с размещением в выпусках газеты «Южный деловой вестник» рекламы
без сопровождения пометкой «реклама» или «на правах рекламы»,

с участием представителя ВТПП по доверенности от 29.08.2011г. № 41 Лясиной
С.Ю.,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы
Волгоградского УФАС России, по собственной инициативе был проведен обзор
рекламы в печатном издании «Южный деловой вестник» № 231 от 30.11.2011г.

По результатам обзора установлено следующее:

- на странице 4 газеты размещена информация: «ООО
«УниверсалСтройКонструкция». «Все устроится! Все виды строительного-монтажных
работ. Контакты...»; «Магазин электротоваров «Ампер» Весь спектр

электротехнической продукции по самым приемлемым ценам. Стабилизаторы напряжения. Системы видеонаблюдения. Светодиодное освещение. Электроавтоматика. Кабель, провод. Счётчика. Продажа, монтаж, обслуживание. г. Волгоград..., тел., факс, e-mail...»; информация о ЗАО «Эр-Телеком» и его продукте «Business Vox»,

- на стр. 6 размещена информация об охранном холдинге «Антей» под заголовком «Кто под наблюдением? Службы безопасности предприятий и охранные агентства не обходятся без новейших технологий»,

- на стр. 8 – сведения о рекламном агентстве «Пилот»: «Рекламируетесь сами? Рекламируйтесь с нами!», информация АРТ –Агентства «Солярис»: «ДедМороз и Снегурочка у Вас в гостях. Приглашаем посетить отдел карнавальной продукции «Царицынский пассаж» 1-ый этаж»; сведения о журнале для предпринимателей «Бизнес».

Данные информационные блоки не содержат пометки «Реклама» или «На правах рекламы»

Согласно п.п.1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. (ФЗ РФ «О рекламе») **реклама** – это 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. 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 (п.п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе»)

Учредитель и издатель газеты - Волгоградская торгово-промышленная палата (ВТПП), адрес редакции: Волгоград, ул. 7-я Гвардейская, 2, 400005. Как указано в выходных данных рассматриваемого издания, тираж – 3500 экз., газета распространяется по подписке среди членов Волгоградской торгово-промышленной палаты, по администрациям всех уровней, по ТПП ЮФО, в самолетах и в аэропорту Волгограда, в гостиницах, ресторанах и туристических агентствах.

На сайте <http://infovolgograd.ru> газета «Южный деловой вестник» позиционируется как информационное издание, выходит по средам.

На обложке и в выходных данных газеты не содержится информация о специализации издания в качестве рекламного.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № 9-214 от 06.02.2001г. газета «Южный деловой вестник» имеет примерную тематику и / или специализацию – деловая информация, состояние экономики и предпринимательства, реклама не более 40 %, территория распространения – Волгоградская область.

По обстоятельствам, послужившим основанием для возбуждения дела № 11-03-16-02/716, ВТПП представлены письменные объяснения (исх. №140 от 18.01.2012г.)

По изложенным в Определении Волгоградского УФАС России обстоятельствам представитель Волгоградской торгово-промышленной палаты пояснил следующее:

- Волгоградская торгово-промышленная палата является негосударственной некоммерческой организацией, основанной на членстве, созданной по инициативе российских коммерческих и некоммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей г. Волгограда и Волгоградской области, объединяющей своих членов для реализации целей и задач, определенных Законом РФ от 07.07.1993 № 5340-1 «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации», Федерального закона «О некоммерческих организациях» 12.01.1996 г. № 7-ФЗ, других законов Российской Федерации, Устава ТПП РФ и Устава ВТПП.

В соответствии со ст. 16 Устава ВТПП создана для содействия развитию экономики г. Волгограда и Волгоградской области, ее интегрированию в экономику страны и мировую хозяйственную систему, формированию современной промышленной, финансовой и торговой инфраструктуры, созданию благоприятных условий для предпринимательской деятельности, урегулированию отношений предпринимателей с их социальными партнерами, организации взаимодействия между субъектами предпринимательской деятельности и государством в лице его органов, всемерному развитию всех видов предпринимательства, торгово-экономических и научно-технических связей предпринимателей региона деятельности с предпринимателями других субъектов Российской Федерации и зарубежных стран, а также согласования и представительства интересов членов ВТПП, независимо от форм собственности и подчиненности перед органами государственной власти и местного самоуправления.

- Согласно п.п. «и» п. 1 ст. 12 Закона РФ "О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации" и п. 19 ст. 17 Устава ВТПП Палата издает газеты, журналы и другие печатные материалы для обеспечения предпринимательской деятельности. Во исполнение своих уставных целей Волгоградская торгово-промышленная палата является учредителем и издателем периодического печатного издания «Южный деловой вестник» (регистрационный ПИ № 9-214). Газета «Южный деловой вестник» является периодическим печатным изданием, выходит 2 раза в месяц тиражом 3500 экз. (письмо ВТПП в адрес ОАО ИПК «Царицын» от 07.11.2011 № 4868). Специализация издания: деловая информация, состояние экономики и предпринимательства. Выпуск газеты «Южный деловой вестник» производится за счет членских взносов членов ВТПП.

Газета «Южный деловой вестник» распространяется по подписке и прямой адресной доставке среди членов ВТПП и органов законодательной и исполнительной власти. 30 ноября 2011 года вышел очередной номер газеты «Южный деловой вестник» (№ 231).

- ООО «УниверсалСтройКонструкция», магазин «Ампер», ЗАО «Эр-Телеком Холдинг» - являются членами ВТПП: ООО «УниверсалСтройКонструкция» (соглашение о сотрудничестве № 49 от 25.10.11) и ЗАО «Югпромспецмонтаж» (магазин «Ампер», соглашения о сотрудничестве № 12 от 17.05.11 г.), ЗАО «Эр-Телеком Холдинг» (соглашение о сотрудничестве № 37-ДОМиП/07/30/1 от 7 марта 2007 года).

Согласно п. 2.1.16. Соглашения о сотрудничестве ВТПП оказывает своим членам бесплатные услуги, предусмотренные в перечне услуг (приложение 1). Член ВТПП

имеет право 3 раза в год бесплатно размещать информацию в газете ВТПП «Южный деловой вестник». К преимуществам членов Палаты так же отнесено право использовать информационный ресурс Палаты (интернет-сайт, газету «Южный деловой вестник») для размещения деловой информации о деятельности организации. В соответствии с п. 2.1.17 данного Соглашения Палата обобщает поступившую к ней информацию и через свое информационные издания доводит ее до членов ВТПП без дополнительной оплаты.

Таким образом, ВТПП выполняя свои уставные цели и задачи, возложенные на нее Законом РФ «О торгово-промышленных палатах», Уставом ТПП РФ, Уставом ВТПП и соглашениями о сотрудничестве, по заявкам разместила на стр. 4 газеты «Южный деловой вестник» деловую информацию, предоставленную членами ВТПП.

- Материал под заголовком «Бизнес Бокс для искушенных» представляет собой, по словам представителя ВТПП, содержание беседы в форме интервью корреспондента газеты «Южный деловой вестник» с коммерческим директором ЗАО «ЭР-Телеком Холдинг» Еленой Черновой, содержание статьи сводится к рассказу об успехах организации информация, о которых доводится через газету до других членов ВТПП.

- ООО «Охранный холдинг «Антей» является членом ВТПП (соглашение о членстве № 53 от 01.07.2010 г.). Данный материал является справочно-информационным и содержит информацию о сфере и направлениях деятельности компании, что в контексте ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" не является «рекламой». Материал опубликован на безвозмездной основе в целях реализации ВТПП уставных целей и соглашения о сотрудничестве с членом Палаты и уставных целей.

- ООО «Солярис» является членом ВТПП (соглашения о сотрудничестве № 36 от 18.03.2009 г.) Информация ООО «Солярис» размещена на безвозмездной основе в целях реализации соглашения о сотрудничестве с членом Палаты и уставных целей. Информация ООО «РГ «Пилот» опубликована также на безвозмездной основе, поскольку организация является членом Волгоградской торгово-промышленной палаты (соглашение о сотрудничестве № 49 от «25» октября 2011 года).

Информация о журнале для предпринимателей «Бизнес для бизнеса» опубликована в газете «Южный деловой вестник» в рамках соглашения о сотрудничестве № 2 от 28 октября 2010 года с членом ВТПП ООО «МедиаМир», которое является Издателем и Учредителем данного журнала. Данный материал является информацией о печатном издании для предпринимателей и размещен на безвозмездной основе.

- Учреждение ВТПП газеты «Южный деловой вестник» имело целью реализацию уставных целей и задач Палаты как членской организации. Данное печатное издание финансируется за счет членских взносов, предназначено для информирования предпринимательского сообщества и органов власти региона о значимых для бизнеса событиях, деятельности ВТПП, о членах ВТПП и на правлениях их работы, справочной и аналитической бизнес-информации. Публикация в данном издании информации не является для ВТПП коммерческой деятельностью и не направлена на извлечение прибыли. Все материалы, информация о членах ВТПП и значимых событиях их деятельности публикуется

бесплатно.

- Учитывая вышеизложенное, ВТПП считает, что нарушений законодательства о рекламе в № 231 газеты «Южный деловой вестник» не допущено, вся информация опубликована в целях выполнения уставных целей и задач, в рамках Закона РФ «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» и Устава ВТПП.

Комиссия антимонопольного органа по результатам анализа представленных пояснений пришла к следующим выводам.

Газета «Южный деловой вестник» используется как информационный ресурс членов Палаты, органов власти (например, соглашение между ВТПП и администрацией Даниловского муниципального района Волгоградской области от 08.07.2010 № 07/07) и иных структур. Так, в рамках соглашения о сотрудничестве № 3 от 28.09.2011 г. с Ассоциацией «Совет муниципальных образований Волгоградской области» в п. 2.1.5. предусмотрено: «Ассоциация...рекомендует предпринимательским структурам, работающим на территории деятельности членов Ассоциации...эффективно использовать медиа-ресурсы Палаты: интернет-сайт, газету «Южный деловой вестник», журнал «Business Аналитик» в информационных и рекламных целях». Тот факт, что в целевую аудиторию газеты «Южный деловой вестник» входят не только предпринимательские структуры, органы власти, но и граждане Волгоградской области подтверждается соглашением между ВТПП и Думой Волгоградской области № 40 от 04.09.2001 г. (ст. 5).

Информация, размещенная на страницах 4, 6, 8 в газете «Южный деловой вестник» за 30 ноября 2011 г., отвечает всем квалифицирующим признакам, указанным в п.п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе»:

- распространена посредством публикации в периодическом печатном СМИ – газета «Южный деловой вестник» в виде отдельных рекламных блоков (информация об ООО «УниверсалСтройКонструкция», магазине «Ампер» и др.) и статей (сведения об охранным агентстве «Антей» и о ЗАО «Эр-Телеком»),

- адресована неопределенному кругу лиц, В соответствии с письмом Федеральной антимонопольной службы от 05.04.2007 г. № АЦ / 4624 в рамках понятия рекламы, закрепленного ст. 3 ФЗ РФ «О рекламе» под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно отчету о распространении тиража газеты «Южный деловой вестник» (№ 231 от 30.11.2011 г.) и сведений о распространении тиража издания за 2-е полугодие 2011 г. газета «Южный деловой вестник» распространяется по подписке (в том числе среди администраций районов Волгоградской области, районных администраций г. Волгограда, в Аэропорту), по обязательной рассылке (включая, Волгоградскую областную библиотеку им. М. Горького, библиотеки г. Волгограда и Волгоградской области), доставкой по органам власти (в т.ч. по таможенным постам Волгоградского таможенного управления, ГУ УСЗН «Центр занятости населения»).

Соответственно, распространение рассматриваемой информации в газете

«Южный деловой вестник» должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена. Регион распространения газеты – Волгоградская область, периодичность – 2 раза в месяц.

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования и их продвижение на рынке, в частности: услуги ООО «УниверсалСтройКонструкция»; товары магазина «Ампер»; предлагаемые продукты ЗАО «Эр-Телеком», работа охранного холдинга «Антей», рекламное агентство «Пилот»; услуги, предлагаемые АРТ – Агентство «Солярис» и журнал «Бизнес».

Доводы Волгоградской торгово-промышленной палаты Комиссия признает необоснованными, поскольку:

В пункте 3 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» приведен перечень материалов, являющихся справочно-информационными и аналитическими. К ним относятся **обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний**, не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке. Материал, опубликованный на стр. 6 газеты «Южный деловой вестник» № 231, не просто рассказывает о преимуществах систем видеонаблюдения, но как итог, предлагает читателям газеты «Южный деловой вестник» стать клиентами охранного холдинга «Антей», установив предлагаемые данным охранным агентством системы видеонаблюдения, указаны телефоны и электронный адрес. Т.О., данную статью нельзя признать справочно-информационной и аналитической.

Исходя из представленных объяснений и документов (копии соглашений о сотрудничестве с ООО «УниверсалСтройКонструкция» № 49 от 25.10.2011, с Охранным холдингом «Антей» №53 от 01.07.2010г., ООО «Солярис» №36 от 18.03.2009г. и с другими коммерческими структурами) одна Сторона, используя бесплатные услуги, предоставляемые членам ВТПП, размещала информацию о своей деятельности, другая Сторона (ВТПП) выполняла взятые на себя обязательства по размещению такой информации в собственной газете.

Федеральным законом «О рекламе» не указывается условие, при котором для того, чтобы признать информацию рекламой, она должна быть размещена в той или иной рубрике средства массовой информации, а также то, что она должна быть размещена по заказу третьих лиц на возмездной основе.

Подп.5 - 6 ст.3 ФЗ «О рекламе» закрепили, что рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространителем является лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму. При этом законодатель также не определяет возмездность отношений по распространению рекламы как квалифицирующий признак, определяющий участников данных правоотношений.

Рассматриваемые Комиссией информационные блоки нельзя также признать объявлениями юридических лиц, на которые в соответствии с подп. 6 ч. 2 ст. 2 ФЗ «О рекламе» не распространяет своё действие Закон о рекламе, поскольку они напрямую связаны с осуществлением предпринимательской деятельности этих лиц.

В соответствии со ст. 16 ФЗ «О рекламе» размещение текста рекламы должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы" в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера. Исключений из данного правила законодателем не предусмотрено.

Учитывая, что печатное издание «Южный деловой вестник» является деловым, а не специализирующимся на сообщениях рекламного характера, то на него распространяются требования ст. 16 ФЗ РФ «О рекламе».

В соответствии с п.4 ст. 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Реклама в периодическом печатном издании «Южный деловой вестник» № 231 от 30.11.2011г.:

- «ООО «УниверсалСтройКонструкция». «Все устроится! Все виды строительно-монтажных работ. Контакты...»; «Магазин электротоваров «Ампер» Весь спектр электротехнической продукции по самым приемлемым ценам. Стабилизаторы напряжения. Системы видеонаблюдения. Светодиодное освещение. Электроавтоматика. Кабель, провод. Счётчика. Продажа, монтаж, обслуживание. г. Волгоград..., тел., факс, e-mail...»; информация о ЗАО «Эр-Телеком» и его продукте «Business Vox», размещенная на странице 4 газеты,

- Охранного холдина «Антей», размещенная на стр. 6 газеты,

- рекламного агентства «Пилот»: «Рекламируетесь сами? Рекламируйтесь с нами!», АРТ –Агентства «Солярис»: «ДедМороз и Снегурочка у Вас в гостях. Приглашаем посетить отдел карнавальной продукции «Царицынский пассаж» 1-ый этаж»; журнала для предпринимателей «Бизнес», размещенная на стр. 8 газеты, является ненадлежащей, поскольку не содержат пометки «Реклама» или «На правах рекламы» в нарушение требований ст. 16 ФЗ «О рекламе».

Пунктом 7 статьи 38 ФЗ РФ «О рекламе» установлено, что рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных настоящим законом, в том числе статьями 14 – 18.

На момент вынесения решения Комиссия не обладает доказательствами устранения Волгоградской торгово-промышленной палатой – учредителем и издателем газеты выявленного нарушения.

Руководствуясь ч.2 п.1 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» 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 рекламу, распространявшуюся в газете «Южный деловой вестник»

№ 231 от 30.11.2011г.:

- ООО «УниверсалСтройКонструкция». «Все устроится! Все виды строительномонтажных работ. Контакты...»; «Магазин электротоваров «Ампер» Весь спектр электротехнической продукции по самым приемлемым ценам. Стабилизаторы напряжения. Системы видеонаблюдения. Светодиодное освещение. Электроавтоматика. Кабель, провод. Счётчика. Продажа, монтаж, обслуживание. г. Волгоград..., тел., факс, e-mail...»; информация о ЗАО «Эр-Телеком» и его продукте «Business Vox» (на странице 4 выпуска газеты),

- Охранного холдина «Антей», (на странице 6 выпуска газеты),

- рекламного агентства «Пилот»: «Рекламируетесь сами? Рекламируйтесь с нами!», АРТ –Агентства «Солярис»: «ДедМороз и Снегурочка у Вас в гостях. Приглашаем посетить отдел карнавальной продукции «Царицынский пассаж» 1-ый этаж»; журнала для предпринимателей «Бизнес», (на странице 8 выпуска газеты),

ненадлежащей, нарушающей ст. 16 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать Волгоградской торгово-промышленной палате предписание о прекращении нарушения ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.