



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА
УПРАВЛЕНИЕ
Федеральной антимонопольной службы
по Орловской области**

ул. Салтыкова-Щедрина, 21, г. Орёл, ГСП, 302000
тел. (4862) 47-53-57, факс (4862) 76-44-60
e-mail: to57@fas.gov.ru

29.09.2015 № 3741/03

На № _____ от _____

Заказное с уведомлением о вручении

Управление
муниципального имущества
и землепользования
администрации г. Орла
302000, г. Орёл, Пролетарская гора, 1

ООО «Активные коммуникации»
302016, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 120

Управление
физической культуры и спорта
Орловской области
302021, г. Орёл, пл. Ленина, д. 1

Управление
ФСКН России
по Орловской области
302040, г. Орёл, ул. Красноармейская, д. 19

ЗАО «Компания «Алые паруса»
302020, г. Орёл, ул. Матросова, д. 9

ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу»
115093, г. Москва, 1-й Павловский переулок, д. 3

**РЕШЕНИЕ
по делу №446-13/03 АЗ**

29.09.2015

г. Орёл

Резолютивная часть решения оглашена 15.09.2015.
В полном объеме решение изготовлено 29.09.2015.

Комиссия Орловского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председателя Комиссии: Бочкова С.А., и.о. заместителя руководителя – начальника отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов власти, членов Комиссии: Горлова С.В., специалиста-эксперта отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов власти; Гончаровой М.И., специалиста-эксперта отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов власти (далее - Комиссия), в присутствии представителей:

ответчика по делу – Управления муниципального имущества и землепользования администрации г. Орла (далее – УМиЗ): Кудряшова С.Л., Гончаренко Н.М.,

заинтересованного лица - Управления ФСКН России по Орловской области (далее - УФСКН): Малышкиной Е.А.,

заинтересованного лица – ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» (далее так же – Компания, Общество): Воробьевой Т.В.,

в отсутствии представителей надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела заявителя - ООО «Активные коммуникации» (далее так же - Заявитель),

в отсутствии представителей надлежащим образом уведомленных о дате, месте и времени рассмотрения настоящего дела заинтересованных лиц: Управления физической культуры и спорта Орловской области (далее – Управление спорта), ЗАО «Компания «Алые паруса»,

рассмотрев дело №446-13/03АЗ, возбужденное по признакам нарушения УМиЗ части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон «О защите конкуренции»), выразившимся в неправомерной даче ООО «Активные коммуникации» (далее также – Заявитель) указаний на размещение наружной, якобы, социальной рекламы о проведении 16.11.2013 в г. Орле турнира по кикбоксингу (далее - Турнир) размещенной в г. Орле в период с 16.10.2013 по 16.11.2013, по следующим адресам: ул. Салтыкова-Щедрина, 38 (Б); ул. Комсомольская, 206 (Б); Наугорское ш., 25 (Б); ул. 60-летия Октября, 9 (Б) (далее – реклама кикбоксинга), что привело к ограничению конкуренции,

УСТАНОВИЛА:

25.12.2013 в связи с поступлением заявления ООО «Активные коммуникации», указывающего на наличие признаков нарушения антимонопольного законодательства, и на основании приказа Управления Федеральной антимонопольной службы по Орловской области (далее – Орловское УФАС России, Управление) от 25.12.2013 №605 о возбуждении дела и создании комиссии по рассмотрению дела по признакам нарушения УМиЗ части 1 статьи 15 Закона «О защите конкуренции» было возбуждено дело №446-13/03 АЗ (далее так же - дело).

Рассмотрение дела откладывалось, приостанавливалось и возобновлялось.

15.09.2015 в ходе рассмотрения дела представители лиц, участвующих в рассмотрении настоящего дела подтвердили свои ранее, в том числе письменно, изложенные позиции.

При этом, представитель ответчика по делу отдельно указал, что по его мнению, реклама кикбоксинга является социальной рекламой и распространялась в рамках заключенных с предпринимателями договоров, в связи с чем, действия УМиЗ, направленные на её распространение, были правомерными.

В свою очередь, представитель Компании сообщил, что в рамках подготовки к Турниру было запланировано проведение социальной программы по пропаганде здорового образа жизни и спорта, в рамках которой и проводился Турнир, следовательно, реклама кикбоксинга так же была социальной.

Комиссия, заслушав пояснения представителя лица участвующего в рассмотрении дела, изучив документы и сведения, имеющиеся в материалах дела, пришла к следующим выводам.

16.12.2013 в Управление поступило заявление ООО «Активные коммуникации» (вх. № 7554 от 16.12.2013) о наличии в действиях УМиЗ признаков нарушения требований части 1 статьи 15 Закона «О защите конкуренции», выразившихся в даче Обществу указаний на размещение наружной рекламы в г.

Орле о проведении турнира по кикбоксингу, что привело к ограничению конкуренции.

В заявлении Общество указывает, что УМиЗ письмом от 18.09.2013 №7/3856 обязал ООО «Активные коммуникации» согласовать с УМиЗ рекламные места для размещения социальной рекламы, тематику и срок её размещения, а так же, по истечении срока её размещения, представить в УМиЗ фотоотчет с указанием адресов и сроков размещения такой социальной рекламы.

Кроме того, письмом от 14.10.2013 №7/4318 УМиЗ просило Общество разместить на принадлежащих ему рекламных конструкциях наружную рекламу в г. Орле (по четырем адресам) о проведении Турнира, на срок с 16.10.2013 по 16.11.2013.

В свою очередь, ООО «Активные коммуникации» письмом от 07.11.2013 №312 сообщило УМиЗ о том, что, осуществило размещение наружной рекламы в г. Орле (по четырем адресам) о проведении Турнира, на срок с 16.10.2013 по 16.11.2013 в соответствии с указаниями, изложенными в письме УМиЗ от 14.10.2013 №7/4318.

Вместе с тем, Общество в указанном письме, а так же в письме от 30.09.2013 №307, просило УМиЗ заключить с ООО «Активные коммуникации» договор на размещение вышеуказанной наружной рекламы, а так же подтвердить, что данная реклама проведения турнира по кикбоксингу является социальной.

Как указывает Общество в своем заявлении, УМиЗ с ООО «Активные коммуникации» договор на размещение вышеуказанной наружной рекламы не заключило, подтверждения, что реклама проведения турнира по кикбоксингу является социальной, в адрес Общества не представило.

Вместе с тем, по мнению ООО «Активные коммуникации», распространенная им реклама проведения Турнира не является социальной, поскольку направлена на привлечение внимания к мероприятию, целью проведения которого является извлечение прибыли.

В ходе рассмотрения дела были получены документы и сведения, в результате анализа которых Комиссией установлены следующие обстоятельства.

1. Как следует из устных пояснений представителей УФСКН, озвученных в ходе заседаний Комиссии по рассмотрению дела, а так же подтверждается письмом УФСКН (от 20.02.2014 №12/939), представители ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» в целях организации и проведения Турнира, обращались в УФСКН за поддержкой. В указанном письме УФСКН подтверждает, что Турнир был организован и проведен при поддержке УФСКН.

Далее, 20.09.2013 Управлением спорта было направлено в адрес главы администрации города Орла (далее - Администрация) письмо (исх. №6-405си от 25.09.2013), в котором Управление спорта просило «оказать поддержку в информационном освещении и анонсировании Турнира», а так же просило предоставить необходимые поверхности и носители для анонсирования качественного освещения информации о мероприятии: билборды – 25 шт., растяжки – 8 шт., и т.д.

При этом, следует отметить, что в письме Управления спорта (исх. №6-216си от 17.02.2015), полученного Управлением в ходе рассмотрения дела указано, что проведение Турнира не включено в Единый календарный план Министерства спорта России на 2013.

В ходе рассмотрения дела УМиЗ также была представлена переписка (в том числе письмо от 08.10.2013 №б/н) по электронной почте между представителем УМиЗ Гончаренко Н.М. и представителем ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» Лебединским И.И., в приложении к которой ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» были приложены макеты рекламы кикбоксинга с просьбой их согласования. Так же, в одном из указанных писем ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» сообщает, что все расходы по производству, монтажу и демонтажу рекламы кикбоксинга берет на себя.

09.10.2014 УМиЗ письмом (исх. №7/4231 от 09.10.2015) направило в Управление архитектуры и градостроительства администрации г. Орла на согласование проекты рекламы кикбоксинга.

10.10.2015 Администрацией в адрес Управления спорта (в ответ на письмо исх. №6-405си от 25.09.2013) было направлено письмо (исх. №5/13482 от 10.10.2013), в котором предлагалась «адресная программа» размещения рекламы кикбоксинга с указанием мест её размещения на территории г. Орла, и перечнем хозяйствующих субъектов, на рекламных площадях которых будет осуществляться её размещение, а именно: ИП Позднякова Г.А., ООО «РА Четыре сезона», ООО «Фокус», ИП Гольцов В.Н., ИП Артемова Т.П., ИП Кузьмин Р.А., ИП Емельянов Э.А., ИП Антоненко Д.Г., ООО «Дрим Вологда», ООО «АПР-Сити/ТВД».

В ходе рассмотрения дела УМиЗ представило письма, которые были им направлены (исх. №№7/4313, 7/4314, 7/4315, 7/4316, 7/4317, 7/4318, 7/4334, 7/4335 от 14.10.2013) в адрес хозяйствующих субъектов: ИП Артемовой Т.П., ООО «рекламное агентство Четыре сезона», ООО «АПР-Сити/ТВД», ООО «ДРИМ Вологда», ЗАО «РУАН», ООО «Активные коммуникации», ООО «Фокус», ЗАО «Компания «Алые паруса», с указанием необходимости размещения рекламы кикбоксинга в период с 16.10.2013 по 16.11.2013 на принадлежащих им рекламных конструкциях, и указанием соответствующих адресов такого размещения.

В свою очередь, в ходе рассмотрения дела 03.02.2014 Управлением в адреса хозяйствующих субъектов, указанных в письме Администрации (исх. №5/13482 от 10.10.2013), были направлены письма (исх. №308/03 от 03.02.2014) о представлении соответствующей информации. В ответ на указанные письма Управления, перечисленные хозяйствующие субъекты подтвердили факт предоставления ими рекламных конструкций для размещения рекламы кикбоксинга на основании писем УМиЗ и устных просьб сотрудников УМиЗ. Кроме того, указанные хозяйствующие субъекты так же подтвердили, что не осуществляли изготовления, монтажа и демонтажа (частично) рекламы кикбоксинга.

Кроме того, в ходе рассмотрения дела на основании запросов Управления о представлении информации (исх. №№306/03, 307/03 от 03.02.2014) ЗАО «Корпорация Гринн» и ИП Бойко Г.А. (Орелконцерт) представили в адрес Управления документы, касающиеся проведения 16.11.2013 Турнира, содержащие, в том числе образец билета для посещения Турнира.

Так же в рамках рассмотрения дела, Управление 17.10.2014 направило в адрес ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет» письмо (исх. №4546/03 от 17.10.2014) в котором просило поручить специалистам ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет» сделать экспертное заключение, дав ответы на следующие вопросы:

«1. Является ли реклама кикбоксинга социальной?»

2. Призывает ли реклама кикбоксинга к насилию и жестокости?»

К указанному письму Управления были приложены согласованные УМиЗ эскизы рекламы кикбоксинга в количестве 6 шт.

Кроме того, в рамках рассмотрения дела, Управление 17.10.2014 направило в адрес ГОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли» письмо (исх. №4545/03 от 17.10.2014) в котором просило поручить специалистам ГОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли» сделать опрос респондентов, в целях получения ответов на указанные выше вопросы.

К упомянутому письму Управления были приложены анкеты опроса респондентов в количестве 100 шт. и согласованные УМиЗ эскизы рекламы кикбоксинга в количестве 6 шт.

08.12.2014 ГОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли» в ответ на запрос Управления представило соответствующие заполненные анкеты опроса респондентов в количестве 100 шт.

26.03.2015 Управление направило письмо (исх. №1126/03 от 23.06.2015) в ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет», в котором просило представить ответ на письмо Управления (исх. №4546/03 от 17.10.2014).

08.04.2015 в Управление от ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет» поступило экспертное заключение (исх. №558-01 от 03.04.2015) по вопросам, содержащимся в письме Управления (исх. №4546/03 от 17.10.2014).

В ходе рассмотрения дела Комиссией так же были осмотрены и изучены сведения, размещенные на сайтах в сети Интернет: УФСКН - <http://57.fskn.gov.ru/>, Гриннцентр (ЗАО «Корпорация Гринн») - <http://grinncentr.ru/>, Орелконцерт (ИП Бойко Г.А.) - <http://орелконцерт.рф>, и сайта, указанного в рекламе кикбоксинга - <http://w5kick.com/>.

В связи с вышеизложенными обстоятельствами, Комиссия приходит к выводу, что лицом, давшим вышеперечисленным хозяйствующим субъектам предоставить рекламные площади для размещения ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» рекламы кикбоксинга является УМиЗ, вследствие направления им писем соответствующих писем (исх. №№7/4313, 7/4314, 7/4315, 7/4316, 7/4317, 7/4318, 7/4334, 7/4335 от 14.10.2013).

2. В результате анализа рекламы кикбоксинга Комиссией установлено следующее.

В согласованной УМиЗ рекламе кикбоксинга содержится, в том числе, следующая информация: «Гриннцентр. FINAL 4 МОСКВА >W5 БРАТИСЛАВА > XXI ОРЕЛ > W5 >XXII МОСКВА. 16 ноября 19:00. <http://w5kick.com/>. Выбери путь чемпиона. Профессиональный кикбоксинг. Событие года. Международный турнир. Информация по телефону: 78-00-78 / 20-12-20».

Кроме того, на некоторых из согласованных УМиЗ баннерах рекламы кикбоксинга содержатся так же следующие надписи: «Уран возвращается», «Алим Набиев чемпион мира по кикбоксингу версия w5».

Вместе с тем, в рекламе кикбоксинга, фактически размещенной по требованию УМиЗ на рекламных площадях хозяйствующих субъектов, содержатся изображения гербов ФСКН, Орловской области, а так же графические изображения логотипов (торговых марок) коммерческих организаций: Коммерческий банк «Расчетный дом», «GREEN HILL» (торговая марка производителя спортивных товаров), «TSWT», «Шишкинский лес питьевая вода», что подтверждено соответствующими фотоотчетами указанных хозяйствующих субъектов.

2.1. Телефонный номер «78-00-78», указанный в рекламе кикбоксинга принадлежит абоненту «Орелконцерт» (ИП Бойко Г.А.), осуществляющей деятельность по продаже билетов на различные мероприятия в г. Орле (информация с сайта <http://орелконцерт.рф>).

Телефонный номер «20-12-20», указанный в рекламе кикбоксинга, принадлежит абоненту «Касса. Гриннцентр» (ЗАО «Корпорация Гринн»), осуществляющему деятельность по продаже билетов на различные мероприятия, проводимые в «Гриннцентр» (информация с сайта <http://grinncentr.ru/>).

Таким образом, указание в рекламе кикбоксинга «Информация по телефону: 78-00-78 / 20-12-20» является информацией о местах (кассах) продажи билетов на посещение Турнира, цене билетов.

2.2. В экспертном заключении (исх. №558-01 от 03.04.2015) сотрудника ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет» обладающего специальными познаниями (доктор филологических наук, профессор кафедры русской литературы XX-XXI веков и истории зарубежной литературы), указано следующее:

«1. На вопрос «Является ли реклама кикбоксинга социальной?» ответ отрицательный. Социальная реклама представляет собой вид некоммерческой рекламы, что предполагает отсутствие коммерческой выгоды в результате ее размещения. Судя по приложенным к письму эскизам рекламы международного турнира по кикбоксингу, речь в данном случае идет о коммерческом предприятии с продажей входных билетов, о чем свидетельствуют размещение на рекламе контактных телефонов и информация на указанном там же сайте - <http://w5kick.com/>.

2. На вопрос «Призывает ли реклама кикбоксинга к насилию и жестокости?» ответ отрицательный. Кикбоксинг - контактный травматический вид борьбы, разрешенный Федерацией спорта (регистрационный № 33075. Федеральный стандарт спортивной подготовки по виду спорта кикбоксинг утвержден приказом Министерства спорта РФ 10 июня 2014 №449). В представленных на эскизах рекламы изображениях не усматривается фактов членовредительства, унижения человеческого достоинства или проявлений экстремизма. Размещенный там же слоган «Выбери путь чемпиона» также не содержит призывов к насилию и жестокости».

Таким образом, лицо обладающее специальными познаниями пришло к выводу что реклама кикбоксинга не является социальной, поскольку объектом рекламирования является коммерческое мероприятие.

2.3. В результате анализа, представленных ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли» в ответ на запрос Управления заполненных анкет опроса респондентов в количестве 100 шт., установлено следующее.

На вопрос «Является ли, по Вашему мнению, реклама кикбоксинга социальной?» 60% респондентов ответили – «да», 38% респондентов ответили – «нет», 2% респондентов затруднились ответить.

На вопрос «Призывает ли, по Вашему мнению, реклама кикбоксинга к насилию и жестокости?» 10% респондентов ответили – «да», 84% респондентов ответили – «нет», 6% респондентов затруднились ответить.

Таким образом, опрос респондентов показал, что даже среди них (лиц не обладающих специальными), 38% респондентов пришло к выводу что реклама кикбоксинга не является социальной.

2.4. Согласно договору №ОР-МК-ГЦ-05631 от 11.10.2013 заключенному между ЗАО «Корпорация Гринн» и ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу», Турнир проводился 16.11.2013 с 19:00 по 22:00, а именно мероприятия: «W5 GRAND PRIX OREL XXII», «Алим Набиев vs Армен Петросян», что полностью соответствует информации, указанной в рекламе кикбоксинга.

В ходе заседания Комиссии представители лиц, участвующих в рассмотрении дела выдвигали предположения, что в указанный период времени могли происходить и иные социально направленные мероприятия, однако доказательств своим предположениям указанные лица не представили.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что в указанный в договоре и рекламе кикбоксинга период времени проходил именно Турнир, а не какие-либо иные мероприятия, что подтверждается материалами дела.

2.5. Согласно данным, представленным Заявителем, и вышеуказанному договору между ЗАО «Корпорация Гринн» и ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу», стоимость билетов на посещение Турнира составляла от 500 до 1500 рублей; зал, в котором проводился Турнир рассчитан на 1700 мест.

Кроме того, по мнению Заявителя ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» планировала получить дополнительную прибыль за счет транслирования рекламы спонсоров Турнира во время его трансляции по телевидению.

Документов и сведений, подтверждающих обратные доводы, то есть бесплатность билетов на посещение Турнира ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» в ходе рассмотрения дела представлено не было. Так же ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» не представило документы о количестве проданных билетов на посещение Турнира, и сведений о выручке, полученной Компанией в результате проведения Турнира, сославшись на их утрату.

Так же Комиссия принимает во внимание, что реклама кикбоксинга, размещенная на рекламных площадях, представленных хозяйствующими субъектами по указанию УМиЗ, содержала информацию о коммерческих организациях: Коммерческий банк «Расчетный дом», «GREEN HILL» (торговая марка производителя спортивных товаров), «TSWT», «Шишкинский лес питьевая вода», которые, предположительно, являлись спонсорами Турнира.

Более того, в рекламе кикбоксинга указаны номера телефонов касс «Орелконцерт» (ИП Бойко Г.А.) и «Касса. Гриннцентр» (ЗАО «Корпорация Гринн») осуществляющих деятельность именно по продаже билетов на различного рода мероприятий.

В связи с указанными обстоятельствами Комиссия приходит к выводу, проведение Турнира являлось коммерческим мероприятием.

3. В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «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.

Реклама кикбоксинга распространялась посредством размещения её на билбордах и перетяжках, то есть механизмами наружной рекламы; была адресована неопределенному кругу лиц, и направлена на привлечение внимания к проведению Турнира, формирование и поддержание интереса к Турниру, и его продвижение на рынке (зрелищных спортивных коммерческих мероприятий).

Следовательно, реклама кикбоксинга обладает всеми квалифицирующими рекламу признаками.

Пунктом 2 статьи 3 Закона «О рекламе» установлено, что 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 рассматриваемом деле объектом рекламирования является проведение Турнира.

Вместе с тем, пунктом 11 статьи 3 Закона «О рекламе» установлено, что социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Следовательно, отличительным признаком социальной рекламы от рекламы является то, что социальная реклама должна быть направлена на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

В ходе рассмотрения дела, представители лиц участвующих в деле неоднократно поясняли, что в рамках проведения Турнира было запланировано проведение социальной программы по пропаганде зверового образа жизни и спорта, в связи с чем, по мнению указанных лиц, реклама кикбоксинга является социальной.

Комиссия, принимая во внимание, в том числе указанные пояснения, отмечает, что доказательств проведения таковых социальнозначимых мероприятий, в рамках проведения Турнира, не одной из сторон, участвующей в рассмотрении дела представлено не было.

Более того, Комиссия особо отмечает, что объектом рекламирования в рекламе кикбоксинга выступает именно проведение Турнира, а не проведение каких либо иных мероприятий. В рекламе кикбоксинга указывается информация о проведении Турнира - коммерческого мероприятия 16.11.2013 с 19:00 по 22:00, а не иных мероприятиях, возможно проходивших в иное время в иных местах.

На основании вышеизложенного, и принимая во внимание экспертное заключение и данные социологического опроса, Комиссия приходит к выводу, что реклама кикбоксинга, то есть реклама проведения коммерческого мероприятия – Турнира, не направлена на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства, в связи с чем, не является социальной (так же как и реклама иных коммерческих мероприятий, в том числе, спортивных мероприятий, например футбольных коммерческих матчей).

4. УМиЗ в ходе рассмотрения дела поясняло правомерность своих действий по понуждению хозяйствующих субъектов по предоставлению рекламных площадей для размещения рекламы кикбоксинга следующим.

Пунктом 1.7 Положения «О порядке проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимого имущества, находящихся в собственности города Орла» (далее - Положение), утвержденного Решением Орловского городского Совета народных депутатов от 20.12.2012 №28/0510-ГС, рекламораспространитель обязан размещать социальную рекламу (в том числе к праздничным датам) в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы (общей рекламной площади рекламных конструкций). Размещение социальной рекламы осуществляется по договору рекламодателя с владельцем рекламной конструкции в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.

Кроме того, в соответствии с пунктом 3.2.8 типового Договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объекте недвижимого имущества, находящемся в собственности г. Орла, являющегося приложением 1 к Положению (далее – Типовой договор) установлено, что рекламораспространитель обязан предоставить администрации города Орла право на размещение социальной рекламы, в том числе к праздничным датам, в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы (общей рекламной площади рекламных конструкций).

По мнению УМиЗ, в связи с тем, что, реклама кикбоксинга является социальной, то действия УМиЗ, направленные на её распространение были правомерными, и следовательно, в его действиях отсутствует нарушение антимонопольного законодательства.

Комиссия изучив, в том числе, указанные доводы УМиЗ, не находит оснований согласиться с ними, в связи со следующими обстоятельствами.

4.1. Пунктом 1.7 Положения установлено, что рекламораспространитель обязан размещать социальную рекламу (в том числе к праздничным датам) в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы (общей рекламной площади рекламных конструкций).

Из указанной нормы Положения следует обязанность рекламораспространителя размещать социальную рекламу (в том числе к праздничным датам) в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы, но не следует, что рекламораспространитель обязан размещать социальную рекламу в те периоды времени, которые ему устанавливает УМиЗ. Например, исходя из указанной нормы, рекламораспространитель может осуществить размещение социальной рекламы в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы, в начале или в конце года, разово, по своему усмотрению. Кроме того, указанная норма Положения не ограничивает рекламораспространителя в выборе рекламодателя для распространения социальной рекламы, и в роли которого, согласно данной норме, может выступить даже сам рекламораспространитель.

Пунктом 3.2.8 Типового договора установлено, что рекламораспространитель обязан предоставить администрации города Орла право на размещение социальной рекламы, в том числе к праздничным датам, в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы (общей рекламной площади рекламных конструкций).

Таким образом, исходя из буквального толкования указанных норм, пункт 3.2.8 Типового договора расширительно толкует пункт 1.7 Положения, обязывая рекламораспространителя предоставить именно и только Администрации право на

размещение социальной рекламы. Вместе с тем, пункт 3.2.8 Типового договора так же позволяет и не ограничивает рекламодателя в праве осуществить размещение социальной рекламы в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы, в начале или в конце года, разово, по своему усмотрению. Однако, в свою очередь, указанная норма Типового договора не обязывает рекламодателя предоставить именно и только Администрации право на размещение социальной рекламы, и, следовательно, не обязывает предоставлять такое право на размещение рекламы иным хозяйствующим субъектам, например ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу»».

Таким образом, ввиду того что реклама кикбоксинга не является социальной, ссылки на правомерность действий УМиЗ на основании указанных в Положении норм, Комиссия находит несостоятельными. В этой связи, Комиссия приходит к выводу, что УМиЗ, понуждая хозяйствующих субъектов предоставлять рекламные площади для размещения рекламы кикбоксинга, действовало не правомерно.

4.2. Как указывалось ранее, в ходе рассмотрения дела УМиЗ была представлена переписка (в том числе письмо от 08.10.2013 №б/н) по электронной почте между представителем УМиЗ Гончаренко Н.М. и представителем ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» Лебединским И.И. В одном из указанных писем ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» сообщает, что все расходы по производству, монтажу и демонтажу рекламы кикбоксинга оно берет на себя.

14.10.2013 УМиЗ были направлены письма (исх. №№7/4313, 7/4314, 7/4315, 7/4316, 7/4317, 7/4318, 7/4334, 7/4335 от 14.10.2013) в адреса хозяйствующих субъектов: ИП Артемовой Т.П., ООО «рекламное агентство Четыре сезона», ООО «АПр-Сити/ТВД», ООО «ДРИМ Вологда», ЗАО «РУАН», ООО «Активные коммуникации», ООО «Фокус», ЗАО «Компания «Алые паруса», с указанием на необходимость размещения рекламы кикбоксинга в период с 16.10.2013 по 16.11.2013 на принадлежащих им рекламных конструкциях, с указанием соответствующих адресов их размещения. Эти хозяйствующие субъекты на запрос Управления письменно подтвердили, что не осуществляли изготовления, монтажа и демонтажа (частично) рекламы кикбоксинга.

Исходя из изложенных сведений, Комиссия приходит к выводу, что ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» осуществляло изготовление, монтаж и демонтаж (не по все объектам) рекламы кикбоксинга.

Следовательно, УМиЗ указанными письмами обязало вышеперечисленные хозяйствующие субъекты предоставить ООО «Промоутерская компания «Плечом к плечу» рекламные площади для размещения коммерческой рекламы проведения Турнира – рекламы кикбоксинга.

Вместе с тем, в результате анализа информации, полученной в ходе рассмотрения дела от вышеперечисленных хозяйствующих субъектов, Комиссией установлено, что некоторые из них понесли финансовые затраты (убытки) в результате предоставления рекламных площадей для размещения рекламы кикбоксинга, поскольку им приходилось демонтировать (в некоторых случаях) рекламу, размещенную на основании ранее заключенных коммерческих договоров, и/или (в некоторых случаях) демонтировать (освободить принадлежащие им рекламные площади) от рекламы кикбоксинга по истечении срока её размещения собственными силами, ввиду не проведения такого демонтажа ООО

«Промоутерская компания «Плечом к плечу». Иные хозяйствующие субъекты сообщили в Управление, что не понесли убытков, поскольку представленные ими рекламные площади были свободны от рекламы.

В соответствии с пунктом 17 статьи 4 Закона «О защите конкуренции», признаки ограничения конкуренции – установление органами местного самоуправления требований к товарам или к хозяйствующим субъектам, не предусмотренных законодательством Российской Федерации.

Частью 1 статьи 15 Закона «О защите конкуренции» установлено, что органам местного самоуправления запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, за исключением предусмотренных федеральными законами случаев принятия актов и (или) осуществления таких действий (бездействия).

Как указывалось выше, УМиЗ не имело правовых оснований осуществлять рассматриваемые действия по понуждению хозяйствующих субъектов представлять рекламные площади для размещения рекламы кикбоксинга, однако совершило их, что привело или могло привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, в связи с получением хозяйствующими субъектами соответствующих убытков в результате предоставления рекламных площадей для размещения на них рекламы кикбоксинга и/или последующего демонтажа указанной рекламы, что поставило их в неравное положение и иными хозяйствующими субъектами (конкурентами), не понесшими таких убытков.

На основании вышеизложенного, Комиссия приходит к выводу о наличии в рассматриваемых действиях УМиЗ нарушения в части 1 статьи 15 Закона «О защите конкуренции»

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-4 статьи 41, статьей 48, частью 1 статьи 49 Закона «О защите конкуренции», Комиссия

РЕШИЛА:

1. Факт нарушения Управлением муниципального имущества и землепользования администрации г. Орла части 1 статьи 15 Закона «О защите конкуренции», признать.

2. Предписание об устранении выявленного нарушения антимонопольного законодательства не выдавать.

3. Вопрос об административной ответственности должностного лица Управления муниципального имущества и землепользования администрации г. Орла за нарушение антимонопольного законодательства рассмотреть в установленном порядке, в соответствии с требованиями Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в арбитражный суд.

Председатель Комиссии:

С.А. Бочков

Члены Комиссии:

С.В. Горлов

М.И. Гончарова