

ИГ/ИГ/45222 от 03.10.16

ООО «Редакция газеты-еженедельника

«Завтра»

119146, г. Москва,

Фрунзенская наб., д. 18, пом VII

РЕШЕНИЕ

«30» августа 2016 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – П.В. Олейника, Н.С. Уваровой,

рассмотрев дело № 3-16-144/77-16 по признакам нарушения ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра» статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы при отсутствии пометки «реклама» или «на правах рекламы»,

в присутствии представителя ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра» в лице Котельниковой М.А. (доверенность б/н от 17.08.2016),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-16-144/77-16 возбуждено на основании обращения

ООО «Информация реклама мониторинг» по факту распространения

ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра» на странице 8 газеты «Завтра» № 20 (1172) за май 2016 года рекламы «Полипласт», содержащей признаки нарушения статьи 16 Закона о рекламе.

1

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 20.01.2003 за основным государственным регистрационным номером 1037739147060, ИНН 7705218834, КПП 770401001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средство 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 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи,

обмена или иного введения в оборот.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны

правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования.

Такой

признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц,

означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама

создана и на восприятие которых реклама направлена.

Газета «Завтра» (на момент выпуска номера со спорной информацией) зарегистрирована в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство о

регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77 - 22122 от 24.10.2005), учредителем является ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра», территория

распространения — Российская Федерация.

Исходя из материалов дела, газета «Завтра» не является периодическим печатным изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера, что

не оспаривается ответчиком и подтверждается отсутствием информации о такой специализации на обложке и выходных данных газеты.

Из материалов дела следует, что газета «Завтра» является общественно-политической газетой, распространяемой на территории Российской Федерации.

Таким образом, установлено, что газета «Завтра» является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы.

На старнице 8 газеты «Завтра» № 20 (1172) за май 2016 содержится 3 статьи: «Сей остальной из стаи славной», «Белый кот на воеводстве!», «Задело». В правом нижнем углу расположена спорная реклама в прямоугольной рамке, содержащая следующие сведения: «ПОЛИПЛАСТ; ИДЕЯ. КАЧЕСТВО. МАТЕРИЯ»;

2

www.polyplast-un.ru».

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к объективному выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания к деятельности АО «Полипласт».

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», размещение

отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В соответствии с пунктом 15 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», вопрос о наличии в информации признаков рекламы должен решаться с учетом конкретных обстоятельств дела.

Согласно пункту 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25 декабря 1998 года № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара. Спорная информация распространялась на основе договора на размещение рекламного материала № 02/04 от 01.04.2016, заключенного между АО «Полипласт» и ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра» (далее - Договор). Согласно пункту 1.1 Договора, предметом Договора является размещение ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра» рекламного материала и выплата АО «Полипласт» вознаграждения ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра». Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (АО «Полипласт»), размещена на основе Договора на размещение рекламного материала, следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра» не оспаривает факт того, что рассматриваемая информация является рекламой.

Исходя из вышеизложенного, в соответствии со статьей 16 Закона о рекламе, информация, размещенная на странице 8 газеты «Завтра» № 20 (1172) за май 2016, а именно реклама АО «Полипласт», должна сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

В свою очередь, необходимых пометок спорный рекламный материал не содержит.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

3

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей. Принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламораспространителем спорной рекламы является ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра».

Таким образом, в действиях ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра» при распространении на странице 8 газеты «Завтра» № 20 (1172) за май 2016 установлен факт нарушения статьи 16 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает

лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

В дело представлены доказательства о прекращении распространения рассматриваемой рекламы.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего)

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Московского УФАС

России,

4

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу АО «Полипласт», распространенную ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра» на странице 8 газеты «Завтра» № 20 (1172) за май 2016, ненадлежащей в связи с нарушением требований статьи 16 Закона о рекламе.

2. Не выдавать ООО «Редакция газеты-еженедельника «Завтра» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской

Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии И.С. Гудкова

Члены Комиссии П.В. Олейник

Н.С. Уварова

Исполнитель: Устинова А.А.

8 (495) 784-75-05. (доб. 154)

