

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу № 4-14.3-813/77-15

об административном правонарушении

«03» августа 2015 года г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 22.07.2015 и материалы дела № 4-14.3-813/77-

15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении

должностного лица — директора по рекламе ЗАО «Аксель Шпрингер Раша»

<...>, в связи с нарушением статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-

ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимися в

распространении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламы сайта «ОК!

www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014,

рекламу «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ)

№30 2014, рекламу «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!»

(ОКЕЙ) №29 2014, рекламу «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44

журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014, без пометки «реклама» или «на правах

рекламы», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3

Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее

— КоАП РФ),

в отсутствие <...> (представлено ходатайство о рассмотрении дела в ее

отсутствии),

УСТАНОВИЛ:

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (адрес: 129226, г. Москва, ул. Докукина,

д. 16, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава,

зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических

лиц Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 46 по

г. Москве 22.09.2003 за основным государственным регистрационным номером

1037716027777, ИНН 7716236112, КПП 771601001.

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» распространило рекламу сайта «ОК!

www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014,

рекламу «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ)

№30 2014, рекламу «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!»

(ОКЕЙ) №29 2014, рекламу «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала

«ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014, без пометки «реклама» или пометки «на правах

рекламы».

Решением Комиссии Московского УФАС России по делу № 3-16-65/77-15 по

признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в

действиях

1

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» при распространении рекламы сайта «ОК!

www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014,

рекламы «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ)

№30 2014, рекламы «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!»

(ОКЕЙ) №29 2014, рекламы «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала

«ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014, установлен факт нарушения статьи 16 Закона о

рекламе, выразившийся в размещении текста рекламы в периодическом

печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах

рекламного характера, без пометки «реклама» или пометки «на правах

рекламы».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой

является 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. В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 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.

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 и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Реклама сайта «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014, реклама «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №30 2014, реклама «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №29 2014, реклама

2

«ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014 содержит описание указанного объекта рекламирования, а именно: «ТОЛЬКО НА САЙТЕ ЖУРНАЛА ОК! ИНТЕРВЬЮ И БИОГРАФИИ ЗНАМЕНОСТЕЙ; КОНКУРСЫ И ГОЛОСОВАНИЕ; ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛЫ; КАЛЕНДАРЬ СВЕТСВКИХ ВЕЧЕРИНОК; А ТАКЖЕ ФОТОРЕПОРТАЖИ И НОВОСТИ ИЗ ЖИЗНИ ЗВЕЗД, НЕ ВОШЕДШИЕ В ЖУРНАЛ; УЗНАЙ О САМЫХ ИНТЕРЕСНЫХ СОБЫТИЯХ ONLINE!», исключительно положительную характеристику сайта. При этом, данный текст занимает минимальное количество рекламной площади, содержащей, в первую очередь, фотографию рекламируемого средства. Указанная информация доводится до неопределенного круга лиц, формирует положительный образ товара. Такая информация направлена исключительно на привлечение внимания читателя к приобретению рекламируемого товара.

Спорные статьи не содержат каких-либо выводов автора относительно представленного материала, а лишь дается исключительно положительная характеристика товаров.

Объект рекламирования – сайт ok-magazine.ru является самостоятельным средством массовой информации (свидетельство о регистрации средств массовой информации ЭЛ № ФС77-28193 от 28.04.2007).

Рассказ о сайте «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!»

(ОКЕЙ) №31-32 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №30 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №29 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014 доводится до неопределенного круга лиц, формирует положительный образ рассматриваемых товаров, упоминание положительных свойствах с рассказом о преимуществах объекта рекламирования. Такая информация направлена исключительно на привлечение внимания читателя к приобретению рекламируемого товара.

Указанная информация в журнале «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №30 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №29 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014 в полной мере отвечает понятию «рекламы» в понимании Закона о рекламе.

На основании изложенного, установлен факт распространения рекламы сайта «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №30 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №29 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014.

В соответствии со статьей 16 Закона о рекламе, размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться

3

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.

В рекламе сайта «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №30 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №29 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014 отсутствует пометка «реклама» или пометка «на правах рекламы».

На основании изложенного, при распространении рекламы сайта «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №30 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №29 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014 установлен факт нарушения статьи 16 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 36 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама сайта «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №30 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №29 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014 является ненадлежащей.

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

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Согласно положениям статьи 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя. Установлено, что журнал ОК! (ОКЕЙ), являющийся средством массовой информации, предназначен для неопределенного круга, распространяется на территории Российской Федерации, не является изданием, специализирующимся на

4
сообщениях рекламного характера.

Законодательством Российской Федерации не предусмотрена прямая заинтересованность рекламодателя либо издателя в рекламе отдельных видов товаров в периодических печатных изданиях, данная характеристика не является обязательным квалифицирующим признаком установления факта рекламы, как и договорные отношения с третьими лицами. Учредителем и издателем журнала ОК! (ОКЕЙ), как установлено ранее, является ЗАО «Аксель Шпрингер Раша». Таким образом, ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Резюмируя изложенное, установлено нарушение ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» статьи 16 Закона о рекламе при распространении рекламы сайта «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №30 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №29 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014.

В соответствии с документами, представленными ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» в адрес Московского УФАС России, директор по рекламе ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» <...> является лицом, ответственным за распространение ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» сайта «ОК! www.okmagazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №30 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №29 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014, с нарушением статьи 16 Закона о рекламе.

Согласно трудовому договору № 580 между ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» и <...> от 02.09.2009, <...> является директором по рекламе ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» .

Из должностной инструкции директора по рекламе, а именно пп. 4.1. следует, что директор по рекламе осуществляет управление рекламной службой издательского дома и отделом рекламы Forbes Online, а также согласно пп. 5.2 в пределах своей компетенции вправе сообщать непосредственному руководителю о всех выявленных в процессе деятельности

недостатках и вносить предложения по их устранению.

Таким образом, директор по рекламе ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» <...> является должностным лицом ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», ответственным за распространение ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламы сайта «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 42 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 63 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №30 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 49 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №29 2014, «ОК! www.ok-magazine.ru» на странице 44 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №28 2014, с нарушением статьи 16 Закона о рекламе.

5

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения журнала «ОК!» (ОКЕЙ), в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 31.07.2014 (дата выхода в свет журнала «ОК!» (ОКЕЙ) №31-32 2014).

В соответствии с частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

В соответствии с п. 6 ч. 1 ст. 24.5 КоАП РФ производство по делу об административном правонарушении не может быть начато, а начатое производство подлежит прекращению в случае истечения сроков давности привлечения к административной ответственности.

Таким образом срок давности для привлечения <...> к административной ответственности истек.

Руководствуясь п. 6 ч. 1 ст. 24.5 КоАП РФ, ст. 29.9, ст. 29.10, КоАП РФ, ПОСТАНОВИЛ:

Производство по делу об административном правонарушении № 4-14.3-813/77-15 в отношении должностного лица — директора по рекламе ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» <...> прекратить в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности.

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении, совершенном юридическим лицом или лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, обжалуется в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством Российской Федерации в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с п. 1 ст. 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

6