

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «09» ноября 2015 года.

В полном объеме решение изготовлено «23» ноября 2015 года.

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

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

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

рассмотрев дело № 3-5-157/77-15 по признакам нарушения ЗАО «Конде Наст» части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — Закон о защите детей от информации), без указания категории данной информационной продукции,

в присутствии представителя ЗАО «Конде Наст» в лице Лесконога Е.В. (доверенность № б/н от 01.02.2013),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-157/77-15 возбуждено на основании на основании Акта № 4 плановой выездной проверки юридического лица при осуществлении контроля за соблюдением Закона о рекламе по факту размещения рекламы, содержащей признаки нарушения Закона о рекламе:

1. «Zoomby» на странице 177 «GQ Россия» декабрь 2014; на странице 185 «GQ Россия» октябрь 2014 - части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
2. «Zoomby» на странице 118 «ARCHITECTURE DIGEST» № 11 ноябрь 2014 - части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
3. «Zoomby» на странице 41 «TATLER» № 8 август 2014 - части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
4. «Zoomby» на странице 43 «CONDE NAST TRAVELLER» ноябрь 2014, на странице 167 (внутренняя сторона обложки) «CONDE NAST TRAVELLER» декабрь-январь 2014/2015 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

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.

ЗАО «Конде Наст» (109004, г. Москва, ул. Николоямская, д. 54) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 26.02.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739270052.

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.

Макеты рассматриваемой рекламы содержали следующие сведения: «zoomby Пропустили на ТВ? Смотрите на zoomby.ru. Доступно на сайте, в мобильных приложениях и приложениях для Smart TV».

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к сайту в сети «Интернет», а именно к сайту zoomby.ru.

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.

Журнал «GQ Россия» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-38362), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Журнал «ARCHITECTURE DIGEST» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-12007), территорией распространения которого является вся территория

Российской Федерации и зарубежные страны.

Журнал «TATLER» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-33915), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Журнал «CONDE NAST TRAVELLER» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-28730), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что журналы «GQ Россия», «ARCHITECTURE DIGEST», «TATLER», «CONDE NAST TRAVELLER» является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объекты рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

ЗАО «Конде Наст» факт того, что рассматриваемые объявления являются рекламой, не оспаривается.

Согласно части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей от информации, без указания категории данной информационной продукции.

Согласно пункту 5 статьи 2 Закон о защите детей от информации, информационной продукцией является предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий.

В соответствии со статьей 2 Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее — Закон о средствах массовой информации), под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма,

видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием); под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

В соответствии с выпиской из базы Роскомнадзора, сайт zoomby.ru зарегистрирован в качестве электронного средства массовой информации (свидетельство о регистрации в качестве электронного средства массовой информации № ФС 77-41547 от 06 августа 2010 года. Указанная информация содержится и на самом сайте zoomby.ru. Исходя из открытых источников в сети Интернет (в том числе, сайт zoomby.ru), сам по себе, Zoomby является развлекательным порталом, в том числе распространяющим информационную продукцию (фильмы, сериалы, эфиры телеканалов и т. д. Непосредственно на сайте размещено общее ограничение (категория) «18+» Таким образом, сайт zoomby.ru относится к продукции средств массовой информации, а следовательно, данный объект подпадает под понятие информационной продукции, установленное пунктом 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации.

Между тем, установлено, что в рассматриваемой рекламе сайта zoomby.ru, размещенной на странице 177 журнала «GQ Россия» за декабрь 2014; на странице 185 журнала «GQ Россия» за октябрь 2014; на странице 118 журнала «ARCHITECTURE DIGEST» № 11 за ноябрь 2014; на странице 41 журнала «TATLER» № 8 за август 2014; на странице 43 журнала «CONDE NAST TRAVELLER» за ноябрь 2014; на странице 167 (внутренняя сторона обложки) журнала «CONDE NAST TRAVELLER» за декабрь-январь 2014/2015, указание на категорию информационной продукции данного объекта отсутствует, что свидетельствует о несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что размещение спорной рекламы осуществлялось в журналах «GQ Россия», «ARCHITECTURE DIGEST», «TATLER», «CONDE NAST TRAVELLER», учредителем и издателем журнала «GQ Россия» является ЗАО «Конде Наст», что подтверждается копией свидетельства о регистрации средства массовой информации, представленной в материалах дела, а также выходными данными журнала.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем 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.

Таким образом, принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламораспространителем спорной рекламы является ЗАО «Конде Наст».

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Таким образом, в действиях ЗАО «Конде Наст» при распространении рекламы сайта zoomby.ru на странице 177 журнала «GQ Россия» за декабрь 2014; на странице 185 журнала «GQ Россия» за октябрь 2014; на странице 118 журнала «ARCHITECTURE DIGEST» № 11 за ноябрь 2014; на странице 41 журнала «TATLER» № 8 за август 2014; на странице 43 журнала «CONDE NAST TRAVELLER» за ноябрь 2014; на странице 167 (внутренняя сторона обложки) журнала «CONDE NAST TRAVELLER» за декабрь-январь 2014/2015 установлен факт нарушения части 10.1 статьи 5 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.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

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.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ЗАО «Конде Наст» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения

Закона о рекламе.

Также, частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Согласно пункту 5 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», Рассматривая дела о привлечении лиц к административной ответственности за если спорная реклама размещена в средстве массовой информации, выпущенном тиражом, срок давности привлечения к административной ответственности за указанное правонарушение исчисляется со дня начала распространения соответствующего тиража этого средства массовой информации.

Согласно письменным пояснениям ЗАО «Конде Наст» и выходным данным рассматриваемого печатного издания, день начала распространения тиража журнала «GQ Россия» за декабрь 2014 (дата выхода в свет) — 13.11.2014, журнала «GQ Россия» за октябрь 2014 (дата выхода в свет) — 18.09.2015, «ARCHITECTURE DIGEST» № 11 за ноябрь 2014 (дата выхода в свет) — 16.10.2015, «TATLER» № 8 за август 2014 (дата выхода в свет) — 17.07.2014, «CONDE NAST TRAVELLER» за ноябрь 2014 (дата выхода в свет) — 16.10.2014, «CONDE NAST TRAVELLER» за декабрь-январь 2014/2015 (дата выхода в свет) — 13.11.2014.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности в настоящем случае истек.

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

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу сайта zoomby.ru, распространенную ЗАО «Конде Наст» на странице 177 журнала «GQ Россия» за декабрь 2014; на странице 185 журнала «GQ Россия» за октябрь 2014; на странице 118 журнала «ARCHITECTURE DIGEST» № 11 за ноябрь 2014; на странице 41 журнала «TATLER» № 8 за август 2014; на странице 43 журнала «CONDE NAST TRAVELLER» за ноябрь 2014; на странице 167 (внутренняя сторона обложки) журнала «CONDE NAST TRAVELLER» за декабрь-январь 2014/2015, неналлежавшей в связи с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Выдать ЗАО «Конде Наст» предписание о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.