

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «01» декабря 2015 года.

В полном объеме решение изготовлено «17» декабря 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 № 3-16-179/77-15 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 № 3-5-179/77-15 возбуждено на основании Акта № 4 от 05.11.2015 плановой выездной проверки юридического лица при осуществлении контроля за соблюдением Закона о рекламе по факту размещения рекламы, содержащей признаки нарушения Закона о рекламе:

1. «Вечеринка для любителей сериалов» на странице 93 «TATLER» № 5 май 2015 - части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
2. «Неделя модных сериалов в универмаге «Цветной», «грандиозная вечеринка для любителей сериалов 14 мая» на странице 99 «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» май 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.

Макет на странице 93 журнала «TATLER» № 5 за май 2015 года содержит следующие сведения: «1-14 мая неделя модных сериалов в универмаге «ЦВЕТНОЙ» 1-й этаж», «GLAMOUR is coming...», «14 МАЯ грандиозная вечеринка для любителей сериалов закрытие недели шопинга в универмаге «ЦВЕТНОЙ» Москва, Цветной бульвар, 15, стр. 1, www.tsvetnoy.com», «REDD`S Modemoiselle #отмечательно», «Новые сезоны любимых сериалов на 1-м этаже универмага «ЦВЕТНОЙ», шопинг в стиле любимых героев от стилистов GLAMOUR, бесплатные укладки и макияж, концерт, угощения и напитки, и другие маленькие радости от REDD`S Modemoiselle*», а также предупреждение «Чрезмерное потребление алкоголя вредит вашему здоровью 18», пометку «реклама» и перевод использованных в рекламе иностранных слов «*Модемуазель. Is coming - наступает».

Макет на странице на странице 99 журнала «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» за май 2015 года содержит следующие сведения: «1-14 мая неделя модных сериалов в универмаге «ЦВЕТНОЙ» 1-й этаж», «GLAMOUR is coming...», «14 МАЯ грандиозная вечеринка для любителей сериалов закрытие недели шопинга в универмаге «ЦВЕТНОЙ» Москва, Цветной бульвар, 15, стр. 1, www.tsvetnoy.com», «REDD`S Modemoiselle #отмечательно», «Новые сезоны любимых сериалов на 1-м этаже универмага «ЦВЕТНОЙ», шопинг в стиле любимых героев от стилистов GLAMOUR, бесплатные укладки и макияж, концерт, угощения и напитки, и другие маленькие радости от REDD`S Modemoiselle*», а также предупреждение «Чрезмерное потребление алкоголя вредит вашему здоровью 18», пометку «реклама» и перевод использованных в рекламе иностранных слов «*Модемуазель. Is coming - наступает».

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к мероприятию, проходящему с 1 по 14 мая 2015 года в универмаге «Цветной».

Также в качестве дополнительного объекта рекламирования в рассматриваемой рекламе Комиссией Московского УФАС России усматривается печатное издание «GLAMOUR».

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

Журнал «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство № 017803 от 26.06.1998), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что журналы «TATLER», «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» являются 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 объектам 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 Закона 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 с частью 1 статьи 1263 Гражданского кодекса Российской Федерации, аудиовизуальным произведением является произведение, состоящее из зафиксированной серии связанных между собой изображений (с сопровождением или без сопровождения звуком) и предназначенное для зрительного и слухового (в случае сопровождения звуком) восприятия с помощью соответствующих технических устройств. Аудиовизуальные произведения включают кинематографические произведения, а также все произведения, выраженные средствами, аналогичными кинематографическим (теле- и видеофильмы и другие подобные произведения), независимо от способа их первоначальной или последующей фиксации.

Таким образом, исходя из того, что сериалы являются по своей природе телевизионными фильмами, объект рекламирования подпадает под определение аудиовизуальной продукции по смыслу статьи 1263 Гражданского кодекса Российской Федерации, а следовательно, информационной продукции по смыслу пункта 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации.

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 со свидетельством о регистрации средства массовой информации, журнал «GLAMOUR» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство о регистрации в качестве средства массовой информации ПИ № ФС77-35624) . Таким образом, журнал «GLAMOUR» 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.

Согласно статье 16 Закона о рекламе, размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Как установлено ранее Комиссией Московского УФАС России, макеты рассматриваемой рекламы содержали пометку «реклама», а следовательно положение статьи 16 Закона о рекламе соблюдены в полном объеме.

Между тем, установлено, что в рассматриваемой рекламе, размещенной на странице 93 журнала «TATLER» № 5 за май 2015 года, а также на странице 99 журнала «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» за май 2015 года указание на категорию информационной продукции данного объекта отсутствует, что свидетельствует о несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

ЗАО «Конде Наст» факт того, что на рассматриваемой рекламе должно присутствовать указание на категорию информационной продукции, не оспаривается. Отсутствие такого указания Общество объяснило технической ошибкой исполнителя.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что размещение спорной рекламы осуществлялось на странице 93 журнала «TATLER» № 5 за май 2015 года, а также на странице 99 журнала «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» за май 2015 учредителем и издателем журналов «TATLER», «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» является ЗАО «Конде Наст», что подтверждается копией свидетельств о регистрации средства массовой информации, представленной в материалах дела, а также выходными данными журналов.

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

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

На основании изложенного и принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем 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 рекламодатель.

Таким образом, в действиях ЗАО «Конде Наст» при распространении рекламы «Неделя модных сериалов в универмаге «Цветной» на странице 93 журнала «TATLER» № 5 за май 2015 года, а также на странице 99 журнала «VOGUE РОССИЯ (VOG РОССИЯ)» за май 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.

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 мероприятия «Неделя модных сериалов в универмаге «Цветной», распространенную ЗАО «Конде Наст» на странице 93 журнала «TATLER» № 5 за май 2015 года, а также на странице 99 журнала «VOGUE РОССИЯ (VOG РОССИЯ)» за май 2015, неналлежащей 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. 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.