

ИГ/39000/18 от 14.08.2018

ООО «Гэллэри Сервис»

Багратионовский пр-д,

д. 7, корп. 20А,

г. Москва, 121087

Департамент средств массовой информации и рекламы г. Москвы

Новый Арбат ул., д. 36/9,

г. Москва, 121099

РЕШЕНИЕ

«15» мая 2018 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: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-259/77-17 по признакам нарушения ООО «Гэллэри Сервис», Департаментом средств массовой информации и рекламы г. Москвы части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от

29.12.2010 № 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 представителей ООО «Гэллэри Сервис» в лице <...> (по доверенности № <...>), представителя Департамента средств массовой информации и рекламы г. Москвы в лице <...> (по доверенности № <...>),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-259/77-18 возбуждено на основании Акта плановой документарной и выездной проверки юридического лица № 8-46 от 12.12.2017 при осуществлении контроля за соблюдением Закона о рекламе по факту размещения рекламы, содержащей признаки нарушения Закона о рекламе, а именно рекламы: «XI Международный фестиваль-школа современного искусства», размещенная на основании письма Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы № 02405431/16 от 09.09.2016, содержащей признаки нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы информационной продукции без указания категории данной информационной продукции.

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

ООО «Гэллэри Сервис» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.08.2004 за основным государственным регистрационным номером 1047796590159, ИНН 7714564333, КПП 773001001.

Департамент средств массовой информации и рекламы г. Москвы является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 03.03.2011 за основным государственным регистрационным номером 1117746153480, ИНН 7704776811, 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.

Рассматриваемая реклама содержала следующую информацию: «XI Международный фестиваль-школа современного искусства TERRITORIA».

Исходя из содержания целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к международному фестивалю TERRITORIA.

Как было указано выше, одним из основных признаков рекламы является ее направленность на неопределенный круг лиц.

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.

Реклама размещалась на рекламных конструкциях на территории города Москва. Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объект рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания

потребителей к товару (информационной продукции), а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

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 являются 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 пунктом 3 статьи 2 Закона о защите детей от информации, под зрелищным мероприятием понимается демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе посредством проведения театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий.

В соответствии с общедоступными источниками, в том числе сетью Интернет, Комиссией Московского УФАС установлено, что на рекламируемое мероприятие вход осуществлялся по билетам. При этом приобретение билетов каким-либо образом не ограничено.

Из изложенного следует вывод о присутствии на рассматриваемом мероприятии зрителей, а равно указанное мероприятие является местом, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи.

Таким образом, международному фестивалю TERRITORIA является зрелищным мероприятием, а следовательно, данный объект подпадает под понятие информационной продукции, установленное пунктом 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации.

Между тем, в рассматриваемой рекламе отсутствует указание категории данной информационной продукции, что свидетельствует о несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

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.

Рассматриваемая реклама распространялась на рекламных конструкциях, эксплуатируемых ООО «Гэллэри Сервис» на основании Договора на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на имуществе города Москвы № 9-Р/13 от 15.10.2013 (далее — Договор).

Согласно пункту 4.1.3 Договора, Департамент вправе в соответствии с распоряжением Правительства Москвы от 05.12.2008 № 2881-РП «О создании межведомственной комиссии Правительства Москвы по вопросам распространения рекламы», в рамках обеспечения организационно-технической работы Межведомственной комиссии Правительства Москвы по вопросам распространения рекламы, направлять ООО «Гэллэри Сервис» в порядке, установленном Договором, обязательные к размещению материалы, содержащую рекламу, представляющую особую общественную значимость.

В соответствии с пунктом 5.4 Договора, распространение рекламы, представляющую особую общественную значимость, ООО «Гэллэри Сервис» осуществляется на безвозмездной основе. В данное понятие входят монтаж, демонтаж и затраты на размещение рекламно-информационных материалов.

Поручение о распространении рассматриваемой рекламы было направлено Департаментом ООО «Гэллэри Сервис» на основании пункта 29 протокола заседания Межведомственной комиссия Правительства Москвы по вопросам распространения рекламы от 08.02.2017 № 2.

На основании анализа положений Договора и иных документов, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что фактическое доведение до потребителей рассматриваемой рекламы было осуществлено ООО «Гэллэри Сервис».

ООО «Гэллэри Сервис» ссылается на тот факт, что условия Договора не позволяют рекламораспространителю отказаться от распространения рекламы, поступившей от Департамента, даже в случае наличия в макете рекламы признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Однако, Комиссия Московского УФАС России обращает внимание, что

согласно пункту 5.7 Договора, при наступлении случаев, препятствующих распространению материалов рекламы, представляющей особую значимость, не по вине ООО «Гэллэри Сервис», ООО «Гэллэри Сервис» обязано незамедлительно (в течении суток) уведомить о данном факте Департамент, для принятия Департаментом соответствующего решения о дальнейшем размещении рекламы, представляющей особую общественную значимость.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что в случае обнаружения ООО «Гэллэри Сервис» признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в макетах, переданных Департаментом на основании протокола заседания Межведомственной комиссия Правительства Москвы по вопросам распространения рекламы, у ООО «Гэллэри Сервис» есть возможность указать на данные нарушения как на препятствующие распространению рекламы.

Резюмируя вышеизложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что рекламораспространителем спорной рекламы является ООО «Гэллэри Сервис».

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 ООО «Гэллэри Сервис» при распространении рекламы «X I Международный фестиваль-школа современного искусства», размещенная на основании письма Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы № 02405431/16 от 09.09.2016, 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.

На основании представленных в материалы дела документов и сведений Комиссией Московского УФАС России установлено, что спорная реклама в настоящее время не распространяется.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России

приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации 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 ООО «Гэллэри Сервис» нарушившим часть 10.1 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы «XI Международный фестиваль-школа современного искусства», размещенная на основании письма Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы № 02405431/16 от 09.09.2016, без указания категории информационной продукции.
2. В отношении Департамента средств массовой информации и рекламы г. Москвы производство по делу прекратить.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>

