

ЕО/27255/17 от 02.06.2017

АО «АС РУС МЕДИА»

Столярный пер., д. 3, стр. 6,

г. Москва, 123557

[info@acmedia.info](mailto:info@acmedia.info)

АО «Манифест»

Никольская ул., д. 19-21/1,

пом. LVI, ком. 15,

г. Москва, 109012

Широкая ул., д. 1, стр. 1,

г. Москва, 129282

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 3-7-68/77-17**

«27» апреля 2017 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 № 3-7-68/77-17, возбужденное в отношении АО «АС РУС МЕДИА», АО «Манифест» по факту распространения рекламы, в том числе табачной продукции и ее производителя, со слоганом «Легенды живут вечно», размещенной на странице 25 в журнале «FORBES» № 10/2016, с признаками нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в рекламе товаров, рекламирование которых запрещено законодательством Российской Федерации,

в присутствии представителей: АО «АС РУС МЕДИА» в лице <...> (по доверенности <...>), <...> (по доверенности <...>); АО «Манифест» в лице <...> (по доверенности <...>),

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-7-68/77-17 возбуждено в отношении АО «АС РУС МЕДИА», АО «Манифест» на основании обращения физического лица по факту распространения на странице 25 в журнале «FORBES» № 10/2016 рекламы, в том числе табачной продукции и ее производителя, со слоганом «Легенды живут вечно».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе табачной продукции и ее производителя, реклама которых запрещена законодательством Российской Федерации о рекламе.

АО «АС РУС МЕДИА» заявлено ходатайство о приостановлении рассмотрения дела № 3-7-68/77-17 в целях проведения на сайте антимонопольного органа опроса относительно объекта рекламирования рекламного макета (с указанием широкого перечня групп товаров, для которых зарегистрированы товарные знаки, использованные в рекламном макете), а также вынесения спорного макета на рассмотрение Экспертного совета территориального органа.

Комиссией Московского УФАС России заявленное ходатайство отклонено в полном объеме в связи со следующим.

Согласно пункту 35 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением

Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 (далее — Правила), рассмотрение дела может быть приостановлено антимонопольным органом в случаях:

нахождения на рассмотрении в антимонопольном органе, в суде или арбитражном суде, в правоохранительных органах другого дела, выводы по которому будут иметь значение для результатов рассмотрения дела;

необходимости проведения экспертизы или получения заключения специалиста;

необходимости установления местонахождения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно пункту 4.1 Положения об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Управлении Федеральной антимонопольной службы по г. Москве, утвержденного приказом Московского УФАС России от 23.03.2016 № 27 (далее — Положение), повестки заседаний Экспертного совета определяет Председатель Экспертного совета.

Согласно пункту 3.2 Положения постоянным Председателем является заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве Гудкова И.С.

Согласно приказу от 28.03.2017 № 79-О «О предоставлении ежегодного оплачиваемого отпуска Гудковой И.С.» заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве Гудкова И.С. с 10.04.2017 по 28.04.2017 находилась в ежегодном оплачиваемом отпуске, то есть отсутствовала.

Согласно пункту 3.4 Положения в случае отсутствия постоянного Председателя обязанности временного Председателя возлагаются на начальника отдела контроля за рекламной деятельностью и пресечения недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве Олейника П.В.

В настоящем случае при рассмотрении дела 3-7-68/77-17, в том числе доводов вышеуказанного ходатайства, Комиссия Московского УФАС России, включая временного Председателя Экспертного совета Олейника П.В., не усматривает оснований для вынесения спорной рекламы на рассмотрение Экспертного совета.

В силу пункта 1.1 Положения Экспертный совет образуется в целях рассмотрения вопросов, связанных с применением законодательства Российской Федерации о рекламе, антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции.

В силу пункта 1.3 Положения Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Управлении Федеральной антимонопольной службы по г. Москве. Его решения имеют рекомендательный характер и представляются в Управление Федеральной антимонопольной службы по г. Москве для принятия решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации, действий хозяйствующих субъектов требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, решение Экспертного совета в контексте какой-либо рекламы носит рекомендательный характер, в том числе и для Комиссии Московского УФАС России. То или иное мнение Экспертного совета не может являться единственным доказательством наличия или отсутствия нарушения законодательства о рекламе и может быть рассмотрено как одно из доказательств по делу.

Целесообразность проведения опроса должна быть обусловлена невозможностью оценить какую-либо рекламу на предмет соответствия нормам законодательства Российской Федерации о рекламе Московским УФАС России и его специалистами самостоятельно.

В настоящем случае рассматривается факт нарушения нормы, содержащей простую диспозицию — о недопущении рекламы определенных объектов рекламирования. Отнесение тех или иных товаров к определенным объектам рекламирования является вопросом факта, не предусматривающим оценочные категории (например, в отличие от определения наличия или отсутствия в рекламе некорректных сравнений, оскорбительных образов и т. п.).

Указанные доводы в полной мере распространяются и на предложение о проведении какого-либо опроса общественного мнения, оснований к которому в настоящем случае объективно не имеется в связи с достаточностью доказательств, имеющих в материалах дела, для принятия решения по делу.

Определение объектов рекламирования той или иной рекламы относится к исключительной компетенции антимонопольного органа, а каких-либо специальных знаний для указанного процессуального действия не требуется, в связи с чем назначение какой-либо экспертизы

или сбор общественного мнения само по себе не может влиять на выводы Комиссии Московского УФАС России по данному конкретному делу.

Более того, ответчиком не отрицается известность ему о наличии административной практики по аналогичной рекламе, в связи с чем Комиссия считает важным сохранение единообразного подхода к методам оценки описанных обстоятельств.

При этом Комиссия отмечает, что результаты Экспертного совета или опроса общественного мнения не являются результатами экспертизы или заключением специалиста, в связи с чем отсутствуют формальные основания для приостановления рассмотрения настоящего дела.

Таким образом, не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителя АО «АС РУС МЕДИА», АО «Манифест», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

АО «АС РУС МЕДИА» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 22.09.2003 за основным государственным регистрационным номером 1037716027777, ИНН 7716236112, КПП 770301001.

АО «Манифест» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 24.12.2008 за основным государственным регистрационным номером 5087746667421, ИНН 7715732407, КПП 771001001.

На странице 25 в журнале «FORBES» № 10/2016 размещен макет прямоугольной формы, в центре которого на черном фоне изображены часы марки «ZENITH» серии «COHIBA». В нижней части макета содержится надпись «ZENITH / watch manufacture since 1865», выполненная шрифтом белого цвета. Выше содержится надпись «Легенды живут вечно», так же выполненная шрифтом белого цвета. В левой части макета размещено обозначение «50 COHIBA SPECIAL EDITION» с профилем женщины.

В самой верхней части макета крупным планом изображены листья табака в руках человека, каких-либо надписей или иных элементов на рассматриваемой части не содержится.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается

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.

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 странице 25 в журнале «FORBES» № 10/2016.

Журнал «FORBES» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77 68043 от 13.12.2016), учредителем является АО «АС РУС МЕДИА», территория распространения — Российская Федерация, зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что журнал «FORBES» 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе под объектом рекламирования понимается 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.

В настоящем случае, исходя из макета спорной рекламы, объектом рекламирования выступают как часы «ZENITH Chronomaster» и их изготовитель, так и производитель табачной продукции, а именно изготовитель кубинских сигар марки «СОНИВА». Данный факт подтверждается изображенным обозначением «50 SONIBA SPECIAL EDITION», а также изображением листьев табака.

АО «АС РУС МЕДИА» и АО «Манифест» утверждают, что

рассматриваемая реклама не является рекламой табачной продукции и ее производителя. По мнению Обществ, объектом спорной рекламы являются только часы марки «ZENITH» в связи со следующим.

Товарный знак «СОНИВА» зарегистрирован для различных классов МКТУ, в том числе для товаров 34 (табак) и 14 (часы) классов. Рассматриваемая реклама направлена исключительно на привлечение внимания к часам марки «ZENITH», а обозначение «СОНИВА» в данном случае также относится именно к часам и не представляет собой рекламу иных категорий товаров, для которого он зарегистрирован. Более того, Общества утверждают, что на рассматриваемом макете нет изображений листьев табака, и производитель табачной продукции не рекламируется.

Однако Комиссия Московского УФАС России не может согласиться с приведенным доводом в связи со следующим.

Исходя из общедоступных источников, в том числе сети Интернет, слоган «Легенды живут вечно» относится не только к швейцарским часам марки «ZENITH», но также к конкретной продукции марки «СОНИВА» — кубинским сигарам. При этом производитель представлен именно как производитель легендарных кубинских сигар. Так, например, на официальном сайте часов «ZENITH» в сети Интернет, в том числе указанном в рекламе, по адресу [http://www.zenith-watches.com/ru\\_ru/news/el-primero-chronomaster-1969-cohiba-edition](http://www.zenith-watches.com/ru_ru/news/el-primero-chronomaster-1969-cohiba-edition) размещена статья от 26.06.2016 под названием «ZENITH празднует 50-летие кубинской легенды СОНИВА», в которой сказано следующее:

*«Легендарные марки Zenith и Cohiba разделяют общую философию творчества – стремление к безупречному качеству, филигранному исполнению и эксклюзивности. Первая представляет собой швейцарскую часовую мануфактуру со 150-летней историей мастерства и творческого поиска, а вторая – производитель самых популярных сигар в мире. Бренд Cohiba, основанный в 1966 году, в этом году празднует полувековой юбилей. В связи с этой знаменательной датой марка Zenith представляет ограниченную серию легендарных хронографов El Primero: 50 моделей из розового золота и 500 из нержавеющей стали, с коричневым циферблатом Havana и узором с эмблемой Cohiba»*,

*«Первые часы Cohiba, лимитированная серия <...> El Primero Chronomaster 1969 Cohiba Edition марки Zenith посвящены 50-летию юбилею элитного производителя сигар. Как и самые дорогие кубинские сигары, модель отличается высоким качеством ручной работы для привилегированного стиля жизни. Альдо Магада рассказывает: «От имени марки Zenith мы гордимся нашим сотрудничеством с Cohiba – не только лучшим*

*производителем кубинских сигар, но и бренда, разделяющего наше непрерывное стремление к непревзойденному качеству, которым мы живем уже более 150 лет. Главная цель обеих компаний – удовлетворение желаний клиентов, возможное благодаря мастерству наших специалистов. Мы убеждены, что модели ограниченной серии Zenith придутся по вкусу знатокам обеих сфер».*

Таким образом, лимитированная коллекция часов «ZENITH» посвящена 50-летнему юбилею марки «СОНИВА», представляющей производителя именно кубинских сигар. Кроме того, исходя из вышеизложенной статьи, качество, стиль часов ассоциированы с качеством и стилем кубинских сигар.

Также можно отметить, что в англоязычной версии данной статьи, размещенной на сайте в сети Интернет по адресу <http://cohiba50.com/en/zenith-celebra-el-50o-aniversario-de-una-leyenda-cubana-cohiba/>, при описании часов отдельно сказано, что ремешок часов «ZENITH» выполнен глянцевым каштановым цветом, напоминающим янтарный цвет престижных сигар.

Комиссией также отмечается, что при наборе в поисковой системе сети Интернет слова «СОНИВА» отображается следующая информация:

*«Cohiba — Википедия / <https://ru.wikipedia.org/wiki/Cohiba>: Cohiba (Коиба) — одна из самых молодых марок кубинских сигар...»;*

*«Купить кубинские сигары Cohiba. Цена на Коиба / [loscigarros.ru/catalog/cohiba](http://loscigarros.ru/catalog/cohiba): В нашем интернет-магазине вы можете купить кубинские сигары Cohiba, сохранившие вкусовые ароматы ушедших времен...»;*

*«Кубинские сигары: Cohiba / [www.havana.ru/shop.php?brandid=2](http://www.havana.ru/shop.php?brandid=2): Магазин кубинских сигар HAVANA.RU представляет: Cohiba»;*

*Купить сигары Cohiba (Коиба) – [Cigara24.ru](http://Cigara24.ru) / [cigara24.ru/catalog/cohiba](http://cigara24.ru/catalog/cohiba): Сигары СОНИВА (Коиба) купить в интернет магазине [cigara24@ru](http://cigara24@ru). Цены. История зарождения и развития марки СОНИВА, ее признание в мире» и др.*

При этом ни в одной из строк по результатам поиска торговая марка «СОНИВА» не отображается для часов, ювелирных изделий или какой-нибудь иной продукции, для которой он зарегистрирован.

Комиссия Московского УФАС России также считает необходимым



обратить внимание на само обозначение «СОНИВА», которое изображено в спорной рекламе.

На территории Российской Федерации зарегистрировано несколько товарных знаков «СОНИВА» (по свидетельствам № 369598, № 96624, № 104102, № 396689, № 340820, № 184254) для различных классов МКТУ, в которые помимо табачной продукции также входят часы и ювелирные изделия.

Между тем изображенное в рекламе обозначение «50 СОНИВА SPECIAL EDITION» с профилем женщины наиболее похоже на товарный знак по свидетельству № 184254, который зарегистрирован для 03 класса МКТУ (мыло, парфюмерные изделия). Поскольку 03 класс МКТУ явно не имеет отношения к данной рекламе, по мнению Комиссии Московского УФАС России, следует исходить из наиболее общего из представленных товарных знаков, каковым является товарный знак «СОНИВА» по свидетельству № 396689, зарегистрированный только для 34 класса МКТУ (табак, в том числе сигары, сигареты, папиросы, сигариллы, измельченный табак для курительных трубок; принадлежности для курильщиков, а именно пепельницы, машинки для обрезки сигар, коробки спичечные, ящики для сигар, портсигары; спички).

При этом не только официальный сайт <http://cohiba.com> полностью посвящен табачной продукции, но также по случаю празднования 50-летия торговой марки «СОНИВА» был создан отдельный сайт <http://cohiba50.com>, в верхней части которого изображено обозначение «СОНИВА» в том виде, в котором оно изображено в спорной рекламе. В одном из разделов данного сайта при описании новой коллекции сигар, приуроченных к празднованию юбилея, в том числе сказано, что новая эмблема «Cohiba 50 Aniversario» была специально разработана для сигар эксклюзивной коллекции.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о том, что товарный знак «СОНИВА» используется правообладателем только для табачной продукции. Более того, к 50-летию торговой марки «СОНИВА» именно в отношении табачной продукции был разработан специальный логотип, который изображен в рассматриваемой рекламе.

АО «Манифест», как было отмечено выше, в обоснование своей позиции также заявило, что на странице 25 в журнале «FORBES» № 10/2016 изображен папирус, пергамент и т. п. Между тем заявленный довод опровергается следующими фактами.

Московским УФАС России были направлены запросы информации (исх. № ИГ/58157 от 06.12.2016, исх. № НО/209 от 09.01.2017) в Федеральное государственное бюджетное научное учреждение

«Всероссийский научно-исследовательский институт табака, махорки и табачных изделий» относительно того, являются ли изображенные в рекламе листья — листьями табака. В ответ на запрос указанное учреждение пояснило, что характерными особенностями листьев табака является совокупность признаков: цвет, размер, текстура листа, форма и размер черешка. В силу того, что на рассматриваемом макете листья размещены под определенным ракурсом, анализ изображения может быть проведен только в отношении цвета и текстуры. В рассматриваемом случае на основании пояснений учреждения можно сделать вывод, что цвет и текстура листьев позволяют говорить об их принадлежности к листьям табака.

Доказательством того, что рассматриваемые листья являются табачными, служит также и видеоролик под названием «Cohiba Nicaragua», размещенный в общедоступных источниках сети Интернет. Данный видеоролик посвящен процессу производства сигар SONIBA. На этапе высушивания листьев табака в видеоролике появляется изображение, схожее с тем, что размещено на спорной странице журнала, в частности изображены высушенные листья табака в человеческих руках.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что на странице 25 в журнале «FORBES» № 10/2016 размещено изображение одного из этапов процесса производства сигар.

На основании изложенного размещенное в рекламе обозначение «50 SONIBA SPECIAL EDITION» в совокупности с изображением листьев табака в человеческих руках представляет собой второй объект рекламирования, а именно табачную продукцию и ее производителя.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к нескольким объектам рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Вывод о том, что рассматриваемая информация является рекламой, сторонами по делу не оспаривается.

В соответствии с пунктом 8 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

В соответствии с частью 4 статьи 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные Законом о рекламе в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также

на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого Законом о рекламе установлены специальные требования и ограничения.

В рассматриваемом случае одним из объектов рекламирования являются часы марки «ZENITH». Производитель «СОНІВА» не является производителем часов «ZENITH», кроме того, спорная реклама содержит средство индивидуализации «ZENITH» не только на макете, но и на самих часах. Следовательно средство индивидуализации «СОНІВА» не относится к часам и потому не подпадает под исключение, установленное в части 4 статьи 2 Закона о рекламе.

Запрет на рекламу курительных принадлежностей введен в Закон о рекламе Федеральным законом от 21.10.2013 № 274-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях и Федеральный закон «О рекламе» в связи с принятием Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее — Закон о внесении изменений).

Согласно пояснительной записке к проекту Закона о внесении изменений данный проект подготовлен в целях установления административной ответственности за нарушение норм и правил, предусмотренных Федеральным законом «Об охране здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», направленным на совершенствование законодательства в сфере охраны здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака с учетом положений Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака для совершенствования обеспечения охраны таких основополагающих прав граждан, как право на охрану здоровья и право на благоприятную окружающую среду (статьи 41 и 42 Конституции Российской Федерации).

Таким образом, установленный запрет направлен на пресечение распространения рекламы товаров, прямо или косвенно относящихся к потреблению табака, а равно направлен на ограждение неопределенного круга лиц-потребителей рекламы от рекламы продукции, которая вредит их здоровью.

На основании вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рекламе, в том числе табачной продукции и ее производителя, со слоганом «Легенды живут вечно», размещенной на странице 25 в журнале «FORBES» № 10/2016, факта нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе в соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламодателем.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем признается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Как установлено выше, рассматриваемая реклама была распространена на странице 25 в журнале «FORBES» № 10/2016, учредителем которого является АО «АС РУС МЕДИА».

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является АО «АС РУС МЕДИА».

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из нормативного понятия, рекламодателем может являться не только субъект, заинтересованный в продвижении рекламируемого товара на рынке, но и любой другой субъект, который определил непосредственное содержание рекламы, в частности какой именно товар (работу, услугу) рекламировать.

В соответствии с представленными в материалы дела документами и сведениями рассматриваемая реклама распространялась на основании договора № А0067 от 14.01.2011, заключенного между АО «АС РУС МЕДИА» и АО «Манифест» (далее — Договор).

Согласно преамбуле Договора АО «АС РУС МЕДИА» (далее — Исполнитель) ... с одной стороны и АО «Манифест» (далее — Заказчик) ... с другой стороны ... заключили Договор о нижеследующем.

В соответствии с пунктом 3.2.1 Договора АО «Манифест» обязан передать АО «АС РУС МЕДИА» оригинал-макет рекламы, планируемой к размещению в конкретном выпуске журнала ... посредством направления АО «АС РУС МЕДИА» сканированной копии оригинал-макета рекламы с подписью уполномоченного лица и печатью АО «Манифест».

На основании изложенного Комиссией Московского УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является АО «Манифест». Обществом данный вывод не отрицается.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в действиях АО «АС РУС МЕДИА», АО «Манифест» факта нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил 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.

Между тем предписание само по себе направлено именно на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, и 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 АО «АС РУС МЕДИА», АО «Манифест» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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.

Рассматриваемая реклама размещалась на странице 25 в журнале «FORBES» № 10/2016 (день начала распространения тиража — 22.09.2016).

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности на дату оглашения резолютивной части решения не истек.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать АО «АС РУС МЕДИА», АО «Манифест» нарушившими требования пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе при распространении ненадлежащей рекламы, в том числе табачной продукции «СОНІВА» и ее производителя, со слоганом «Легенды живут вечно», размещенной на странице 25 в журнале «FORBES» № 10/2016, в связи с тем, что реклама данного товара и его производителя запрещена законодательством о рекламе.
2. Выдать АО «АС РУС МЕДИА», АО «Манифест» предписания 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 изготовлено в полном объеме «\_\_\_\_\_» мая 2017 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

Исполнитель: В.Н. Никитухина, тел.: <...>