

НО/52174 от 08.11.16

ООО «Компания Афиша»

117105, г. Москва,

Варшавское шоссе, д. 9, стр. 1

РЕШЕНИЕ

«22» сентября 2016 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 – Н.В. Орлова,

членов Комиссии – Н.С. Уваровой, В.Н. Никитухиной,

рассмотрев дело № 3-5-202/77-16 по признакам нарушения

ООО «Компания Афиша» части 10.1 статьи 5 Федерального закона

от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

выразившегося в размещении 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 представителей ООО «Компания Афиша» в лице

Недоцук Н.А. (доверенность № б/н от 09.03.2016), Львова И.С. (доверенность

№ б/н от 14.09.2016),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-202/77-15 возбуждено на основании Акта № 8-20 плановой

выездной проверки юридического лица от 06.05.2016 при осуществлении

контроля за соблюдением Закона о рекламе по факту размещения рекламы,

содержащей признаки нарушения Закона о рекламе:

- реклама «PHILIP BADER», размещенная по договору с

ООО «АПМЕДИА», — 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.

ООО «Компания Афиша» (адрес: 117105, г. Москва, Варшавское шоссе, д.

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

включено в Единый государственный реестр юридических лиц 27.01.2010 за

основным государственным регистрационным номером 1107746038410.

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.

Реклама «PHILIP BADER», размещенная по договору с ООО «АПМЕДИА» в сетевом издании «Афиша» на сайте в сети «Интернет» по адресу afisha.ru, выполнена в виде баннера прямоугольной формы, вытянутого вертикально, и содержит следующие сведения: на черном фоне в центре макета большими буквами белого цвета выполнена надпись «PHILIP BADER», далее — выполненная более мелким шрифтом надпись «Moon Harbour/Viva Music», под данной надписью указана дата 18.04 и справа перечислены «MR MOREK, BALINSKY, MASHKOV, PANTEROV», в самом низу макета белым цветом указан адрес и телефонный номер <...> «Рочдельская 15 стр 41 8 (499) 643-83-92», вверху, над основной надписью, содержится надпись красного цвета — «ANDY'S RESTOBAR».

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к событию, а именно к концерту PHILIP BADER.

ООО «Компания Афиша» оспаривает тот факт, что объектом рекламирования является концерт. По мнению ответчика, основным объектом рекламирования является непосредственно персона артиста PHILIP BADER, целью размещения рекламы является его продвижение и привлечение внимания непосредственно к его персоне.

Комиссия Московского УФАС России не может согласиться с приведенным выше доводом ООО «Компания Афиша» по следующим основаниям.

В соответствии с представленными в материалы дела сведениями, PHILIP BADER является артистом, исполняющим музыку в стиле техно. Спорная реклама содержит указание на дату и место рекламируемого события. Более того, перечисленные «MR MOREK, BALINSKY, MASHKOV, PANTEROV» на спорном баннере также являются именами исполнителей, исполняющих музыкальные композиции в стиле техно. Также, на сайте в сети «Интернет» по адресу gdebar.ru содержится аналогичный баннер с пометкой «концерт», «вечеринка». Таким образом, рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к концерту, относящемуся к зрелищному мероприятию в понимании Закона о защите детей от информации.

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.

Сетевое издание «Афиша» зарегистрировано в качестве электронного периодического издания средства массовой информации (свидетельство ЭЛ № ФС77-

54146), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что сетевое издание «Афиша» 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 объект рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, то есть, к концерту «PHILIP BADER», а, следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. ООО «Компания Афиша» факт того, что рассматриваемый баннер является 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 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, а именно концерт «PHILIP BADER», вход осуществлялся по списку гостей, попасть в который мог любой желающий, предварительно забронировав столик по телефону бара, в котором проходил указанный концерт. 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, концерт «PHILIP BADER» 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, установлено, что в рассматриваемой рекламе концерта «PHILIP BADER», размещенной в сетевом издании «Афиша», 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 сетевом издании «Афиша», учредителем и издателем сетевого издания «Афиша» является ООО «Компания Афиша», что подтверждается копией свидетельства о регистрации средства массовой информации, представленной в материалах дела.

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.

Спорная реклама распространялась на основании договора от 01.01.2014, заключенного между ООО «Компания Афиша» и ООО «АПМЕДИА». Согласно пункту 1.1 Договора ООО «Компания Афиша» предоставляет, а ООО «АПМЕДИА» принимает услуги по размещению предоставленных ООО «АПМЕДИА» рекламных материалов третьих лиц — клиентов ООО «АПМЕДИА» на:

1.1.1. рекламных площадках в периодических печатных изданиях под названием «Афиша на две недели», «Афиша.Еда», учредителем и издателем которых является ООО «Компания Афиша»;

1.1.2. рекламных площадках на сайтах afisha.ru, nighparty.ru, eda.ru (владельцем указанных доменных имен является ООО «Компания Афиша»).

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 ООО «Компания Афиша», рекламодателем — ООО «АПМЕДИА».

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 ООО «Компания Афиша» при распространении рекламы «PHILIP BADER» в сетевом издании «Афиша» 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 (пусть 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 ООО «Компания Афиша»

предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона 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.

Комиссией Московского УФАС установлено, что на момент вынесения настоящего решения, срок давности привлечения к административной ответственности ООО «Компания Афиша» 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 «PHILIP BADER», распространенную ООО «Компания Афиша» в сетевом издании «Афиша», ненадлежащей в связи с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Выдать ООО «Компания Афиша» 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.

Председатель Комиссии Н.В. Орлов

Члены Комиссии Н.С. Уварова

В.Н. Никитухина

Исполнитель: Никитухина В.Н., тел. 8 (495) 784-75-05 (доб. 167)