

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «23» июня 2015 г.

В полном объеме решение изготовлено «07» июля 2015 г.

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

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – П.В. Олейника, Н.М. Семеновой,

рассмотрев дело № 3 16 100/77 15 в отношении (...) по факту распространения в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) рекламы с признаками нарушения статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в превышении предельно допустимого объема рекламы в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера,

в присутствии (...)

в отсутствие представителя надлежащим образом уведомленного Управления Роскомнадзора по Центральному федеральному округу,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3 16 100/77 15 возбуждено Московским УФАС России 22.05.2015 на основании обращения Управления Роскомнадзора по Центральному федеральному округу (вх. № 12312 от 13.04.2015) по факту размещения в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) рекламы с превышением предельно допустимого объема рекламы в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера.

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

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространенная 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, возникающего 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.

Ж у р н а л «Детство для любящих родителей» является зарегистрированным средством массовой информации, территорией распространения которого является город Москва. Данный факт подтверждается свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ50-01835 от 23.10.2013.

Таким образом, журнал «Детство для любящих родителей» 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средства 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.

Установлено, что в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) размещена следующая реклама:

- на внутренних разворотах обложки журнала (страницы 2, 27) размещена реклама информационного ресурса www.ezhikezhik.ru, а также танцевального клуба «Максимум» и Центра детства;
- на страницах 4-5 размещена реклама сети частных детских садов АНО «Мир детства»;
- на страницах 8-9 размещена реклама детской поликлиники Литфонда;
- на страницах 10-11 размещена реклама семейного салона красоты BARBER;
- на страницах 12-13 размещена реклама мероприятия «Шоу Ньютона»;
- на страницах 14-15 размещена реклама детского клуба «ПАМПА ГРИН»;
- на страницах 18-19 размещена реклама детского центра «Фантази Парк»;
- на страницах 20-21 размещена реклама информационного ресурса www.101dog.ru;
- на странице 26 размещена реклама различных детских и/или семейных организаций, в том числе: сети студий маникюра и педикюра «Ноготок», интернет-магазина детских товаров «Первый малыш», школы картинга «Пилот» и др.;
- на странице 28 (задняя часть обложки журнала) размещена реклама кафе-кондитерских «Кулинарное бюро Kitchen on your way».

Указанная реклама сопровождается пометкой «на правах рекламы», факт ее размещения в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) Трушиной Л.Б. не оспаривается.

Таким образом, установлен факт размещения рассматриваемой рекламы в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015).

В соответствии со статьей 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». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий.

Спорный выпуск журнала «Детство для любящих родителей» состоит из 28 страниц, включая обе стороны обложки журнала. При этом, размещенная в журнале реклама занимает 18 полных страниц.

Допустимым объемом рекламы в издании является 40%, что в рассматриваемом случае составляет 11,2 страниц.

Таким образом, установлено, что объем рекламы, размещенной на 18 полных страницах в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) превышает предельно допустимый объем рекламы в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России при распространении рекламы в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) установлен факт нарушения статьи 16 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 36 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, размещение спорной рекламы в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) является ненадлежащим.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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

Согласно положениям статьи 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», под рекламодателем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

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

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ50-01835 от 23.10.2013, выданному Управлением

Роскомнадзора по Центральному федеральному округу, учредителем журнала «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) является Трушина Л.Б. В соответствии с графой «Примерная тематика и (или) специализация», данное средство массовой информации является детским журналом, где в каждой рубрике ребенок принимает «живое» участие, обучается, развивается; реклама не более 40%.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что Трушина Л.Б. также является фактическим издателем журнала «Детство для любящих родителей». Данный факт подтверждается выходными данными журнала «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015), Трушиной Л.Б. не оспаривается.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России считает установленным нарушение Трушиной Л.Б. статьи 16 Закона о рекламе при распространении рекламы в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015).

Трушиной Л.Б. материалы дела не представлены документы, подтверждающие прекращение распространения рекламы в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) с нарушением законодательства Российской Федерации 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.

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 Трушиной Л.Б. предписания о прекращении 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 ненадлежащим распространение Трушиной Л.Б. рекламы в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015), в связи с нарушением требований статьи 16 Закона о рекламе.
2. В ы д а т ь Трушиной Л.Б. 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 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд г. Москвы в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.