

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 063/05/16-72/2021

09.03.2021 года
Самара

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – <...>;

Члены Комиссии – <...>,

<...>,

рассмотрев дело № 063/05/16-72/2021, возбужденное в отношении ООО Издательский Дом «Руссо и Ко» по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно статьи 16 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г № 38-ФЗ (далее – ФЗ «О рекламе») посредством видеоконференцсвязи,

в присутствии представителей:

заявителя – Управление Роскомнадзора по Самарской области (443001, г. Самара, ул. Молодогвардейская, д. 198), лицо не явилось, уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отправке отправления с идентификатором № 44312352430072 и атрибутом «вручение адресату почтальоном» 03.02.2021г.»; списком внутренних почтовых отправлений № 1 от 02.02.2021г., чеком ККМ от 02.02.2021г.

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО Издательский дом «Руссо и Ко» (445031, Самарская область,

г. Тольятти, ул. 70 лет Октября, д. 48, кв. 161, ИНН 6321426360, ОГРН 1176313018254, дата внесения в ЕГРЮЛ записи – 02.03.2017, наименование регистрирующего органа – Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району г. Самары, адрес регистрирующего орган – 443112, г. Самара, ул. Сергея Лазо, д. 2А), явились представители по доверенности от 25.01.2021г., 03.02.2021г. б/н <...>, <...>, было уведомлено надлежащим образом, что подтверждается отчетом об отслеживании почтового направления с почтовым идентификатором 44312352430065, с пометкой «вручение адресату 09.02.2021г.», списком внутренних почтовых отправлений № 1 от 02.02.2021г., чеком ККМ от 02.02.2021г.

заинтересованного лица – _____

эксперта – _____

переводчика – _____

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее - Самарское УФАС России) поступили материалы планового систематического наблюдения (исх. № 22627-05/63 от 29.12.2020 г./вх. № 23 от 11.01.2021 г.), проведенного Управлением Роскомнадзора по Самарской области в отношении печатного средства массовой информации журнала «Наш Тольятти» (реестровая запись 30.07.2018 серия ПИ № ТУ 63-00941), в ходе которого были выявлены признаки нарушения статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

Так, было установлено на страницах 35, 40, 59 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 3(20) от 19.06.2020, на страницах 62, 68, 76 выпуска № 5(22) от 27.10.2020 на материалах рекламного характера отсутствует пометка «Реклама» или пометка «На правах реклама».

Также в выпуске журнала «Наш Тольятти» № 5(22) от 27.10.2020 на странице 77 размещена реклама ресторана «Olivka» с пометкой «Чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью».

В соответствии со свидетельством о регистрации примерная тематика и специализация СМИ: информационная тематика о людях города, предприятиях, событиях. СМИ не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера.

Процент рекламы должен составлять не более 45% объема одного выпуска.

Учредителем СМИ является ООО Издательский дом «Руссо и Ко» (445031, Самарская область, г. Тольятти, ул. 70 лет Октября, д. 48, кв. 161, ИНН 6321426360, ОГРН 1176313018254, дата внесения в ЕГРЮЛ записи – 02.03.2017, наименование регистрирующего органа – Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району г. Самара, адрес регистрирующего орган – 443112, г. Самара, ул. Сергея Лазо, д. 2А).

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама – это 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 поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемой рекламной информации объектом рекламирования является услуги ресторанов, стоматологического центра, центра косметологии, стилиста, сети кальянных, магазинов женского белья.

В соответствии со статьей 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», под средством 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 статьей 16 ФЗ «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 пять процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится

информация о такой специализации.

Таким образом, действия ООО Издательский Дом «Руссо и Ко» содержат признаки нарушения статьи 16 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение статьи 16 ФЗ «О рекламе» указанного закона несет рекламодатель.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24-26 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Самарского УФАС России возбудила производство по делу № 063/05/16-72/2021 по признакам нарушения рекламного законодательства.

ООО Издательский Дом «Руссо и Ко» предоставило пояснения (вх. № 1330-з от 15.02.2021г.), согласно которым указало следующее.

1. На странице 35 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 3(20) от 19.06.2020г. Евгения Рузанова рассказывает о себе, о профессиональных планах.

На странице 40 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 3(20) от 19.06.2020г. Марина Юрьевна Половкова рассказывает о том, как выбрала профессию, о том какими качествами должен обладать врач, какие методы использует в работе, о способах взаимодействия с пациентами и пожеланиях читателям журнала.

На странице 62 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 5 (22) от 27.10.2020 Екатерина Славкина рассказывает о себе, о моде, о стилях одежды.

На странице 68 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 5 (22) от 27.10.2020 г. дает советы о том, как выбрать бюджетный или дорогой кальян и какой кальян подходит больше для подарка.

На странице 76 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 5 (22) от 27.10.2020г. Елена Ивановна выступает экспертом стилистом-визажистом и дает полезные советы читателям.

Таким образом, все спорные страницы, относятся к информационным жанрам.

Информационные жанры представлены такими видами, как информация (хроника, заметка), отчет, интервью, репортаж. Информационные материалы обеспечивают общую цель - сообщить о факте, событии, явлении.

Интервью — это целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнения иди суждений, представляющих общественный интерес.

Все лица, которые дают интервью в вышеизложенных выпусках журнала являются известными лицами каждый в своей сфере деятельности.

Изложение материала ведется в форме ответов на вопросы. Ответы могут быть краткими и расширенными, что зависит от характера вопроса, информационной подготовленности собеседника, его отношения к обсуждаемым событиям, явлениям. Так, например, наряду с изложением фактов (интервью-сообщение) высказывания собеседника могут содержать их оценки, критические замечания, предложения, возможны также рассуждения и обобщения (интервью-мнение).

Таким образом, интервью на страницах 35, 40, журнала «Наш Тольятти» выпуска № 3 (20) от 19.06.2020 г., а также на страницах 62, 68, 76 выпуска № 5 (22) от 27.10.2020г. не является рекламой, поскольку в каждой статье герои выступают экспертами в своей деятельности.

2. Также рассмотрев материалы планового систематического наблюдения Управления Роскомнадзора по Самарской области в отношении печатного средства массовой информации журнала «Наш Тольятти», было установлено, что на странице 59 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 3(20) от 19.06.2020г. отсутствует

надпись «реклама».

ООО Издательский Дом «Руссо и Ко» относительно вышеизложенного сообщило следующее.

Organic shop и ресторан «Франция» являются партнерами премии «ТОП - 20 Успешные женщины Тольятти», которая проходила 06 марта 2020 года, в связи с этим они были размещены на одной странице журнала. Слово «Реклама» было написано на два макета, однако при печати произошел технический сбой и надпись сдвинулась вверх, что подтверждается письмом из типографии ООО «Принт-ру» (ОГРН: 1206300001885/ИНН 63 1924450), а также макетом, подписанным Organic shop и рестораном «Франция».

Согласно статье 16 ФЗ «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».

Таким образом, по мнению ООО Издательский Дом «Руссо и Ко» обязательство по написанию надписи «реклама» на странице 59 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 3(20) от 19.06.2020г. выполнено в полном объеме.

Также в журнале «Наш Тольятти» № 5(22) от 27.10.2020г. на странице 77 размещена реклама ресторана «Olivka» с пометкой «Чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью».

На странице 77 представлена реклама ресторана «Olivka», что подтверждается Договором, заключенным с рестораном «Olivka» и макетом, надпись «реклама» имеется.

Таким образом, нарушений законодательства ФЗ «О рекламе» отсутствует.

3. Колышкин Олег Владимирович осуществляет трудовую деятельность в должности главного редактора, согласно п. 3.3., 3.4., 3.5., должностной инструкции - главный редактор, осуществляет контроль за соблюдением установленных сроков представления статей, сдачей их в набор, обработки журнала и выпуска журнала в свет, а также за научным и литературным содержанием журнала и качеством их полиграфического исполнения. Главный редактор осуществляет контроль за соблюдением норм ФЗ «О рекламе» в том числе осуществляет контроль при выпуске журнала за наличием надписи «реклама», а также процентов объема рекламы одного номера периодических печатных изданий, в соответствии со статьей 16 ФЗ «О рекламе» При размещении рекламы медицинских товаров, осуществляет контроль за наличием надписи о противопоказаниях к их применению и использованию, а также за наличием процента рекламной площади данной надписи в журнале, а также за соблюдением требований, предусмотренных статьей 24 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, по мнению ООО Издательский Дом «Руссо и Ко» в исследуемых журналах, действиях издательского дома отсутствует состав административного правонарушения.

Заслушав объяснения ООО Издательский Дом «Руссо и Ко», рассмотрев материалы дела № 063/05/16-72/2020, Комиссия Самарского УФАС России пришла к следующему выводу.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), реклама – это 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 поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно статьи 16 ФЗ «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 пять процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке, и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Комиссия Самарского УФАС России соглашается с доводами Общества относительно размещенной информации на страницах 62, 68 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 5 (22) от 27.10.2020г. без пометки «реклама», поскольку Екатерина Славкина рассказывает о себе, ее мечтах, моде, стилях одежды, а Дмитрий Александрович Клейменов говорит о своем бизнесе, выпуске моделей кальянов, своей команде.

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 ФЗ «О рекламе», данный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Следовательно, материал созданный творческим трудом и содержащий в себе какую-либо информацию аналитического, обзорного характера, статистические, количественные и качественные показатели, имеющий в качестве своей цели не привлечение внимания потенциального потребителя к какому-либо товару или группе товаров, а донесение разносторонних сведений до широкого круга читателей, справочный материал и т.п. не признается рекламой в контексте Закона о рекламе.

Также Комиссия установила, что на странице 77 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 5(22) от 27.10.2020г. нарушений требований законодательства РФ о рекламе не имеется.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе», размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Доводы, изложенные ООО Издательский Дом «Руссо и Ко» относительно страниц 35, 40, 59 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 3(20) от 19.06.2020г. и страницы 76 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 5(22) от 27.10.2020г. Комиссия не принимает, в связи с тем, что на данных страницах в действительности размещается реклама центра лазерной эпиляции и косметологии, стоматологического центра Дегтяревых Praktik ООО «КИДС СМАЙЛ», с указанием номера лицензии и предупредительной

надписи о противопоказаниях, с адресом и телефоном организаций, услугах макияжа, стилиста, репетиции свадебного образа, образа для мамы жениха и невесты, коллекции продуктов Organic shop и ресторана «Франция» без пометки «реклама», что является нарушением ст. 16 ФЗ «О рекламе».

Согласно Письму ФАС России от 27.02.2015 № АК/8901/15 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе» в соответствии со статьей 16 ФЗ «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".

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение статьи 16 ФЗ «О рекламе» указанного закона несет рекламодатель.

ООО Издательский Дом «Руссо и Ко» является рекламодателем указанной рекламы, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Письменными объяснениями от 15.02.2021г. № 1330-з;
2. Докладной запиской Управления Роскомнадзора по Самарской области от 25.12.2020г. № 1518-дн «О результатах проведения систематического наблюдения в отношении печатного средства массовой информации журнала «Мегаполис Гид» (реестровая запись 30.07.2018 серия ПИ № ТУ 63-00941);
3. Выпиской из реестра зарегистрированных средств массовой информации по состоянию на 25.12.2020г.;
4. Уставом редакции СМИ Журнала «Наш Тольятти»;
5. Платежным поручением от 10.07.2018г. № 71;
6. Служебной запиской Самарского УФАС России от 25.01.2021г.

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (статья 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Регулирование отношений, возникающих в сфере распространения рекламы, имеет своей целью обеспечение эффективного баланса интересов потребителей рекламы и заказчиков рекламы, рекламопроизводителей и рекламодателей.

Пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

На основании вышеизложенного и руководствуясь частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-50 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей размещенную рекламу ООО Издательский Дом «Руссо и Ко» на страницах 35, 40, 59 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 3(20) от 19.06.2020г. и странице 76 журнала «Наш Тольятти» выпуска № 5(22) от 27.10.2020г., поскольку она содержит нарушение требований ст. 16 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО Издательский Дом «Руссо и Ко» предписание о прекращении нарушения требований законодательства РФ о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России для возбуждения в отношении ООО Издательский Дом «Руссо и Ко» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3

Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 19 февраля 2021 г.

Решение изготовлено в полном объеме 09 марта 2021 г.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>