

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 3-16-30/77-15

«05» июня 2015 г. г. Москва

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, А.И. Кладочной, С.В. Дуванской,

рассмотрев дело № 3-16-30/77-15 в отношении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» по факту распространения рекламы «ГЕОлёнок», «GEOTraveller» на странице 20 журнала GEO («ГЕО») февраль 2014, с признаками нарушения статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителей ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» в лице Чирко Е.Е. (доверенность № б/н от 17.12.2014), Шишкановой Е.Ю. (доверенность № б/н от 20.04.2015),

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-16-30/77-15 возбуждено Московским УФАС России 07.04.2015 на основании Акта № 2 проверки хозяйствующего субъекта при осуществлении контроля за соблюдением Закона о рекламе (исх. Московского УФАС России № 08/42948 от 23.12.2014) по факту размещения рекламы, содержащей признаки нарушения Закона о рекламе «ГЕОлёнок», «GEOTraveller» на странице 20 журнала GEO («ГЕО») февраль 2014 — статьи 16 Закона о рекламе.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России установила следующее.

В соответствии с пунктом 28 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, при рассмотрении дела антимонопольный орган знакомится с письменными и вещественными доказательствами по делу, заслушивает объяснения лиц, участвующих в деле, заключения экспертов, а также оглашает представленные в письменной форме объяснения и заключения.

Антимонопольный орган обязан принимать все предусмотренные законодательством Российской Федерации меры для всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела.

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».

Между тем, согласно пункту 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, не является рекламой 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.

Справочно-информационные это полезные данные, выраженные в обзорной статистической, аналитической, сводной либо иной схожей форме, основанные на количественных и качественных показателях отдельных явлений или объектов, представляющие собой конечный результат авторского труда.

Согласно представленным ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» письменным пояснениям, в публикации «M I P G E O», в рамках которой размещена информация обо всех изданиях группы G E O, выпускаемых в России издательским домом ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», а именно журналы GEO («ГЕО»), GEOTraveller («ГЕОТэвеллер»), GEOленок («ГЕОленок»), сайт [www.geo.ru](http://www.geo.ru).

На большинстве представленных фотографий присутствуют изображения обложек указанных журналов.

Данный материал является редакционным и по содержанию полностью отвечает тематике журнала (путешествия, туризм, природа, наука, открытия, техника).

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что спорная статья «ГЕОлёнок», «GEOTraveller» в соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, не является рекламой, а равно признаки нарушения статьи 16 Закона о рекламе в ней отсутствуют.

В соответствии с пунктом 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, основанием для прекращения рассмотрения дела о нарушении Закона о рекламе является неподтверждение в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Резюмируя изложенное, по решению Комиссии Московского УФАС России дело № 3-16-30/77-15 подлежит прекращению.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

Производство по делу № 3-16-30/77-15 в отношении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.