

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 3 5 73/77 15

«28» апреля 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 – Н.В. Орлова,

членов Комиссии: П.В. Олейника, А.В. Дерманца,

рассмотрев дело № 3 5 73/77 15 по признакам нарушения ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 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 5 73/77 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:

1. «МУЗ главный музыкальный» на странице 68 журнала ОК!(ОКЕЙ) №9 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
2. «МУЗ главный музыкальный» на странице 69 журнала ОК!(ОКЕЙ) №11 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
3. «МУЗ главный музыкальный» на странице 69 журнала ОК!(ОКЕЙ) №19 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
4. «МУЗ главный музыкальный» на странице 63 журнала ОК!(ОКЕЙ) №20 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
5. «МУЗ главный музыкальный» на странице 61 журнала ОК!(ОКЕЙ) №13 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
6. «МУЗ главный музыкальный» на странице 49 журнала ОК!(ОКЕЙ) №22

- 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
7. «МУЗ главный музыкальный» на странице 69 журнала ОК!(ОКЕЙ) №23 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
 8. «МУЗ главный музыкальный» на странице 69 журнала ОК!(ОКЕЙ) №24 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
 9. «МУЗ главный музыкальный» на странице 67 журнала ОК!(ОКЕЙ) №25 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
 10. «МУЗ главный музыкальный» на странице 65 журнала ОК!(ОКЕЙ) №26 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
 11. «МУЗ главный музыкальный» на странице 69 журнала ОК!(ОКЕЙ) №21 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
 12. «МУЗ главный музыкальный» на странице 66 журнала ОК!(ОКЕЙ) №7 2014 — пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей сторон по делу, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссией Московского УФАС России установлено 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 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.

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 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Спорная реклама содержала, в том числе фразу «**ГЛАВНЫЙ МУЗЫКАЛЬНЫЙ**».

Согласно толковому словарю Т.Ф. Ефремовой значениями слова «главный» также являются: составляющий большую часть чего-либо, существенный, важный.

В рамках рассмотрения дела установлено что охват телеканала «Муз ТВ» составляет 737 городов вещания. Учитывая изложенное, по мнению Комиссии Московского УФАС России, использование слова «**ГЛАВНЫЙ**» в смысле существенный, важный, в отношении телеканала «Муз ТВ», является допустимым, учитывая что фраза «**ГЛАВНЫЙ МУЗЫКАЛЬНЫЙ**» содержит сноску «для нашей аудитории». Указанная сноска ограничивает значения слова «главный», позволяя сделать вывод о том, что в рассматриваемой рекламе отсутствует некорректное сравнение телеканала «МУЗ ТВ» с иными телеканалами, а также отсутствуют сведения о преимуществах данного телеканала перед телеканалами, принадлежащими иным лицам.

На основании изложенного, в рассматриваемой рекламе признаков нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе не установлено.

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 5 73/77 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 5 73/77 15 в отношении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

