

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «11» июня 2015 г.

В полном объеме решение изготовлено «26» июня 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, А.В. Дерманца,

рассмотрев дело № 3 5 56/77 15 в отношении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» по факту распространения рекламы «КОМЕДИЯ» в журнале GALA Биография с признаками нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в размещении рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 № 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 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 56/77 15 возбуждено Московским УФАС России 07.04.2015 на основании Акта № 2 плановой выездной проверки юридического лица от 23.12.2014 (исх. Московского УФАС России № 08/42948 от 23.12.2014) по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения Закона о рекламе:

1. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 85 журнала GALA Биография апрель 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
2. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 79 журнала GALA Биография май 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
3. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 117 журнала GALA Биография июнь 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
4. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 23 журнала GALA Биография июль -

август 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;

5. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 35 журнала GALA Биография сентябрь 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
6. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 23 журнала GALA Биография октябрь 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
7. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 29 журнала GALA Биография ноябрь 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

04.06.2015 в ходе изучения устных и письменных объяснений ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» Комиссией Московского УФАС России был объявлен перерыв до 11.06.2015 для получения антимонопольным органом дополнительных документов и сведений, необходимых для всестороннего, полного и объективного рассмотрения дела.

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 приходит к следующим выводам.

Согласно Свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77 42488 от 27.10.2010, выданному Роскомнадзором, учредителем журнала GALA Биография (ГАЛА Биография) является ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (129226, г. Москва, ул. Докукина, д. 16, стр. 1). В соответствии с графой «Примерная тематика и специализация», данное средство массовой информации специализируется на следующей тематике: биографии, истории о жизни популярных людей, стиль жизни; реклама не более 40%.

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (адрес: 129226, г. Москва, ул. Докукина, д. 16, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 16 по г. Москве 22.09.2003 за основным государственным регистрационным номером 1037716027777, ИНН 7716236112, КПП 771601001.

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 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 16 информационного письма Президиума Высшего

Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «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 и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Установлено, что в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 г. на отдельной странице номера размещалась информация о телеканале «КОМЕДИЯ», сопровождаемая логотипом телеканала, наименованиями кинопродукции (фильмов) и изображениями кадров из них с указанием даты и времени трансляции, а также ссылками на сайты в сети Интернет по адресу comediatv.ru, red-media.ru, redmediatv.ru.

Учитывая содержание спорной рекламы, в частности наличие в ней наименования кинопродукции (фильмов) и изображений кадров из них с указанием даты и времени трансляции, Комиссия Московского УФАС России считает, что спорная информация направлена на привлечение внимания к транслируемой кинопродукции (фильмам) одновременно с телеканалом «КОМЕДИЯ».

В частности, информация об указанных фильмах занимает доминирующую часть рекламы, привлекая внимание к телеканалу как к лицу, транслирующему кинопродукцию (фильмы), рассматриваемая реклама также выделяет ряд такой кинопродукции (фильмов), транслируемой телеканалом. Преподлагается очевидным, что основной целью телеканала, отечественных и зарубежных фильмов, является трансляция таких фильмов, в связи с чем рекламодатель заинтересован в привлечении внимания потребителей рекламы к просмотру, в первую очередь именно указанной информационной продукции, с целью чего указывается дата и время трансляции, кадры из фильмов.

Учитывая изложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, о том, что рассматриваемая информация направлена на продвижение среди потребителей комплексного объекта рекламирования: телеканала «КОМЕДИЯ», а также информационной продукции, транслируемой с его использованием, а именно кинопродукции (фильмов).

Указанная информация, учитывая территорию распространения журнала GALA Биография, доводится до неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования. Исходя из способа подачи и содержания, информации направлена на привлечение внимания читателей к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Указанный вывод Комиссии Московского УФАС России подтверждается пометкой «реклама», размещенной на рассматриваемых материалах ЗАО «Аксель Шпрингер Раша».

На основании изложенного Комиссией Московского УФАС России установлен факт распространения рекламы телеканала «КОМЕДИЯ», а также информационной продукции, транслируемой с его использованием в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 г.

В соответствии с частью 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 Закона о защите детей от информации, к информационной продукции относятся, в том числе, 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, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи.

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» довод о том, что на рассматриваемом макете телеканала «КОМЕДИЯ» указан знак информационной продукции «16+», «12+», который полностью соответствует информационной категории указанных в рекламе кинопродукции (сериалов).

Таким образом, по мнению Общества, поскольку вся кинопродукция (сериалы) имеет одинаковую возрастную категорию, указание знака информационной продукции «16+», «12+» единожды на странице является достаточным для соблюдения требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Между тем, согласно сведениям, размещенным на информационном портале Министерства культуры Российской Федерации mkl.ru, Комиссией Московского УФАС России установлено, что не вся кинопродукция (сериалы) из рассматриваемой рекламы имеют категорию, соответствующую знаку информационной продукции «16+», «12+», так на странице 23 журнала GALA Биография октябрь 2014 г. где указан знак информационной продукции «12+», фильмы «Свидание вслепую» и «All inclusive, или все включено» соответствуют возрастной категории «14+».

Таким образом, в рекламе телеканала «КОМЕДИЯ» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 г. знак информационной продукции «16+», «12+» не соответствует категории информационной продукции указанной кинопродукции (фильмов), а следовательно для них надлежащая возрастная пометка отсутствует.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России при рассмотрении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламы телеканала «КОМЕДИЯ» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 установлен факт нарушения части 10.1 статьи 5 Закона 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, реклама телеканала «КОМЕДИЯ» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 является ненадлежащей.

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 распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

Учредителем и издателем журнала GALA Биография, является ЗАО «Аксель Шпрингер Раша». Таким образом, ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России считает установленным нарушение ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы «КОМЕДИЯ» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации

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.

Решая вопрос о выдаче предписания стороне по делу, Комиссия Московского УФАС России исходит из следующего.

Ответчиком не представлено документальных доказательств о прекращении действия либо расторжении договоров, 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 ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» 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, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать распространяемую ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламу «КОМЕДИЯ» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 г., ненадлежащей в связи с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Выдать ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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.