

ООО «ФЭШН ПРЕСС»

127018, г. Москва,

ул. Полковная, д. 3, стр. 1

ООО «Импрув медиа»

115114, г. Москва,

ул. Лестниковская, д. 2, стр. 2

РЕШЕНИЕ

«10» февраля 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 – (.....),

членов Комиссии –(.....), (.....), (.....),

рассмотрев дело № 3-5-86/77-14 в отношении ООО «ФЭШН ПРЕСС» по факту распространения рекламы «my ingoot. Самый популярный сайт о доме и дизайне» в

журнале «Домашний Очаг Good Housekeeping», июль 2014 г., на странице 34, с признаками нарушения 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 отсутствие представителей ООО «ФЭШН ПРЕСС» (уведомлено надлежащим образом),

в отсутствие представителей ООО «Импрув медиа» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-86/77-14 возбуждено Московским УФАС России 10.11.2014 на основании Акта № 1 проверки хозяйствующего субъекта при осуществлении контроля

за соблюдением Закона о рекламе (исх. № 08/24178 от 14.08.2014) по факту распространения рекламы «my ingoot. Самый популярный сайт о доме и дизайне», июль 2014 г., на странице 34.

В указанной рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившиеся в распространении рекламы, содержащей не

соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими

1 изготовителями или реализуются другими продавцами.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, 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 № ФС77-22136 от 24.10.2005, выданному Роскомнадзором, учредителем журнала «Домашний Очаг Good Housekeeping» является ООО «ФЭШН ПРЕСС» (127018, г. Москва, ул. Полковная, д. 3, стр. 1). В соответствии с графой «Примерная тематика и

специализация», данное средство массовой информации является изданием для женщин о домашнем хозяйстве, семье, взаимоотношениях, о воспитании детей, об

отдыхе и работе. Объем рекламы не может превышать 40 %.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что ООО «ФЭШН ПРЕСС» также является фактическим издателем журнала «Домашний Очаг Good Housekeeping». Данный факт подтверждается выходными данными «Домашний Очаг

Good Housekeeping», июль 2014 г., ООО «ФЭШН ПРЕСС» не оспаривается.

ООО «ФЭШН ПРЕСС» (адрес: 127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1)

является юридическим лицом, зарегистрировано и включено в Единый

государственный реестр юридических лиц 28.08.2002 за основным

государственным

регистрационным номером 1027739120364, ИНН 7743002018.

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.

Рассматриваемая реклама размещена на основании Договора на размещение

рекламы № 26096 от 16.05.2014, заключенного между ООО «ФЭШН ПРЕСС» и ООО

«Импрув Медиа», Приложения № 1 от 16.05.2014 к указанному Договору.

ООО «Импрув медиа» (адрес: 115114, г. Москва, ул. Летниковская, д. 2, стр. 2)

является юридическим лицом, зарегистрировано и включено в Единый

государственный реестр юридических лиц 30.05.2013 за основным

государственным

регистрационным номером 1137746461203, ИНН 7705541347.

Реклама «my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне» в журнале

«Домашний Очаг Good Housekeeping», июль 2014 г., на странице 34, содержит

информацию о сайте [www.inmyroom.ru](http://www.inmyroom.ru), являющимся объектом рекламирования

рассматриваемой рекламы.

При этом, оценивая определенный сайт в сети Интернет как товар, Комиссия

Московского УФАС России исходит из следующего.

2

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-

ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»,

информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых

отношений. Информация может свободно использоваться любым лицом и

передаваться одним лицом другому лицу, если федеральными законами не

установлены ограничения доступа к информации либо иные требования к порядку

ее

предоставления или распространения.

Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают,

что сайтом в сети Интернет является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается через сеть Интернет по доменным именам

и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети Интернет.

Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации

сайтов в сети Интернет в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в

сети Интернет.

Таким образом, исходя из системного толкования норм законодательства Российской Федерации, сайт в сети Интернет представляет из себя место размещения

информации, а равно относится к объектам рекламирования в качестве товара (продукта деятельности Общества) в понимании пункта 3 части 3 Закона о рекламе.

На основании изложенного, объектом рекламирования рассматриваемой рекламы является сайт в сети Интернет по адресу [www.inmyroom.ru](http://www.inmyroom.ru).

Рассматриваемая реклама содержит пометку «реклама», размещается на основании гражданско-правовых отношений рекламодателя и рекламодателем.

На основании изложенного, рассматриваемая информация «my inroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне» в журнале «Домашний Очаг Good Housekeeping»

июль 2014 г., на странице 34 признана Комиссией Московского УФАС России рекламой, объектом рекламирования которой является сайт в сети Интернет [www.inmyroom.ru](http://www.inmyroom.ru).

Кроме того, рассматриваемая реклама содержит следующую информацию, характеризующую объект рекламирования: «Самый популярный сайт о доме и дизайне, на котором можно выбрать понравившийся интерьер и купить для него все

необходимое».

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 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при анализе

информации, содержащейся в рекламе, необходимо иметь в виду, что рекламодатель

несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к

его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с

3 товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о

рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

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.

В соответствии с пунктом 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», информация,

содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в

целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по

которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте

товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что спорная реклама содержит утверждения о превосходстве объекта рекламирования над товарами (услугами) конкурентов, а именно: «Самый популярный сайт о доме и дизайне...», что

является некорректным сравнением рекламируемого товара с находящимися в обороте

товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими

продавцами, без указания критериев такого сравнения с их объективным подтверждением.

При этом, учитывая отсутствие в рекламе прямого сравнения с конкретными товарами (услугами) находящимися в обороте, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, представляется

возможным

сделать вывод о том, что в рассматриваемом случае сравнение производится со всеми другими представленными на данном рынке лицами, осуществляющими аналогичную деятельность.

Как указывалось выше, для целей Закона о рекламе (пункт 3 статьи 3), понимается, в том числе, работа, услуга. Кроме того, понятие объекта рекламирования

не ограничено только непосредственно товаром, включает в себя также средства индивидуализации юридического лица и (или) товара.

При этом само по себе понятие товара, указанное в диспозиции пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, исходит из всей совокупности сведений, которые относятся к собственной деятельности рекламируемого лица (его товара, услуг).

В соответствии с информацией, размещенной на странице [www.InMyRoom.ru](http://www.InMyRoom.ru) в сети Интернет и доступной на русском языке —

<http://www.inmyroom.ru/pages/about>,

«inmyroom.ru - социальная платформа для взаимодействия профессионалов рынка, продавцов и всех, кто хочет преобразить свой дом: от фоторамки до полной

4  
переделки.

InMyRoom.ru объединяет всех тех, кто любит свой дом, и тех, кто помогает им сделать дом уютнее и красивее - профессионалов рынка и компании. Находите в Статьях или Фотографиях лучшие идеи и товары, из которых эти интерьеры состоят. InMyRoom.ru поможет с идеями от маленьких мелочей до целого ремонта».

Всем тем, кто хочет чтобы его дом был красивым и уютным.

Мы даем советы и помогаем в поиске новых идей. Тем, кто планирует ремонт.

Собирайте понравившиеся интерьеры и добавляйте их в альбомы.

Профессионалам

рынка (архитекторы, дизайнеры, декораторы и др.).

У нас вы можете разместить свое портфолио и найти новых заказчиков или партнеров. Компаниям, работающим в сегменте Home&Decor (студии, салоны мебели, интернет-магазины, образовательные компании и др.)».

Словосочетание «самый лучший» выступает в данном случае сравнительной характеристикой объекта рекламирования, сайта [inmyroom.ru](http://inmyroom.ru), по одному из параметров и основных предназначений — распространению и доведению до потребителя новостей. Т. е. «самый лучший» является конкретным критерием объекта

рекламирования, по которому осуществляется сравнение и который должен иметь в

рекламе объективное подтверждение.

Между тем, такое объективное подтверждение либо иная информация, обосновывающая приведение данных сведений в рекламе отсутствует.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России при распространении рекламы «my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне»

в журнале «Esquire», июль 2014 г., на странице 34 не установлено нарушение пункта 1

части 2 статьи 5 Закона о рекламе в связи с наличием в рекламе конкретного сопоставимого критерия — быстроты доведения до потребителя новостей.

В то же время, указанный критерий употреблен в форме, однозначно указывающий на превосходство сайта [inmyroom.ru](http://inmyroom.ru) по данному критерию в отсутствие объективного подтверждения такого превосходства.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России при распространении рекламы «my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне» в журнале «Esquire», июль 2014 г., на странице 34 установлено нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 36 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 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, распространение рассматриваемой рекламы является ненадлежащим.

Согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет только рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

5

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 декабря 1991 года № 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.

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

УФАС России установлено, что «Домашний Очаг Good Housekeeping», являющийся средством массовой информации, предназначен для неопределенного круга, распространяется на территории Российской Федерации, не является изданием, специализирующимся на сообщениях рекламного характера.

Учредителем и издателем журнала «Домашний Очаг Good Housekeeping», как установлено ранее, является ООО «ФЭШН ПРЕСС». Таким образом, ООО «ФЭШН ПРЕСС» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

В свою очередь, учитывая лицо, в чьих интересах распространялась рассматриваемая реклама, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО

«Импрув медиа». Иных сведений в материалы дела не представлено.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России считает установленным нарушение ООО «Импрув медиа» пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о

рекламе при распространении рекламы «my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне» в журнале «Esquire», июль 2014 г., на странице 34.

Решая вопрос о выдаче предписаний сторонам по делу, Комиссия Московского

УФАС России исходит из следующего.

Сторонами по делу не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно

подтвержденной информации 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 ООО «Импрув медиа», ООО «ФЭШН ПРЕСС» предписаний 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 августа 2006 года № 508, Комиссия Московского УФАС России РЕШИЛА:

1. Признать размещенную ООО «Импрув медиа» рекламу «my inmyroom.

6

Самый популярный сайт о доме и дизайне» в журнале «Домашний Очаг Good Housekeeping», июль 2014 г., на странице 34 ненадлежащей в связи с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Импрув медиа», ООО «ФЭШН ПРЕСС» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать 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 изготовлено в полном объеме «25» февраля 2015 г. 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.

Председатель Комиссии (.....)

Члены Комиссии (.....)

(.....)

(.....)

7