

Резолютивная часть решения оглашена «28» апреля 2015 г.

В полном объеме решение изготовлено «15» мая 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 – Н.В. Орлова,

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

рассмотрев дело № 3 5 57/77 15 в отношении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» по факту распространения рекламы «Международный супербренд ОК!» на странице 59 журнала «ОК!» (ОКЕИ) № 40 2014 с признаками нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в размещении рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 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 (...) (доверенность № б/н от 17.12.2014), (...) (доверенность № б/н от 20.04.2015)

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3 5 57/77 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 «Международный супербренд ОК!» на странице 59 журнала «ОК!» (ОКЕИ) № 40 2014.

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 26008 от 17.10.2006, выданному Роскомнадзором, учредителем журнала «ОК!» (ОКЕИ) 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 является информационным еженедельником, специализирующимся на тематике о звездах и знаменитостях. Объем рекламы до 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 № 46 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 декабря 1998 года № 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 на странице 59 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) № 40 2014 размещалась следующая информация: «Международный супербренд ОК! Еженедельный журнал. Сайт ОК — [www.ok-magazine.ru](http://www.ok-magazine.ru). Приложение для планшетов и смартфонов (для iPhone и iPad) — IkiOSk».

Указанная информация размещена на отдельной странице журнала, сопровождается изображениями журнала, планшета, а также телефона.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что рассматриваемая информация направлена на продвижение среди потребителей объектов рекламирования: еженедельный журнал «ОК!» (ОКЕЙ), сайт ОК — [www.ok-magazine.ru](http://www.ok-magazine.ru), приложение для планшетов и смартфонов (для iPhone и iPad) — IkiOSk»).

Указанная информация, учитывая территорию распространения журнала «ОК!» (ОКЕЙ), в том числе сеть «Интернет», доводится до неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования. Исходя из способа подачи и содержания, информация

направлена на привлечение внимания читателей к объектам рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод Комиссии подтверждается пометкой «реклама», размещенной на рассматриваемых материалах. Данный факт не оспаривается ЗАО «Аксель Шпрингер Раша».

На основании изложенного Комиссией Московского УФАС России установлен факт распространения рекламы «Международный супербренд ОК!» на странице 59 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) № 40 2014.

«Сайт «Русского издания журнала ОК!» [www.ok-magazine.ru](http://www.ok-magazine.ru)», согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации Эл. №ФС77-28193 от 28.04.2007, выданному Роскомнадзором, является отдельно зарегистрированным электронным изданием, владельцем которого является ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (129226, г. Москва, ул. Докукина, д. 16, стр. 1).

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции, защищенной 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 средства массовой информации, печатная продукция, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ).

Комиссией Московского УФАС России установлено, что сайт и журнал «ОК!» (ОКЕЙ) являются зарегистрированными СМИ, а следовательно являются информационной продукцией в понимании пункта 5 части 2 Закона о защите детей от информации.

Приложение журнала «ОК!» (ОКЕЙ) — «kiosk» является программой для ЭВМ, а следовательно является информационной продукцией.

Таким образом, реклама «Международный супербренд ОК!» на странице 59 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) № 40 2014 должна содержать знак категории информационной продукции.

Вместе с тем, знак категории информационной продукции в рассматриваемой рекламе отсутствует.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России при распространении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламы «Международный супербренд ОК!» на странице 59 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) № 40 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 «Международный супербренд ОК!» на странице 59 журнала «ОК!» (ОКЕЙ) № 40 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 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.

Учредителем и издателем журнала «ОК!» (ОКЕЙ), 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 «Международный супербренд ОК!» на странице 59 журнала «ОК!» (ОКЕИ) № 40 2014.

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» в адрес Московского УФАС России в материалы дела были представлены документально подтвержденные доказательства добровольного устранения в журнале «ОК!» (ОКЕИ) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившегося в размещении рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей от информации, без указания категории данной информационной продукции. Данный факт в полной мере подтвержден Комиссией Московского УФАС России. В частности, согласно представленному экземпляру журнала «ОК!» (ОКЕИ) № 42 (410) от 16.10.2014 на странице 61 реклама «Международный супербренд ОК!» сопровождается знаком информационной продукции «16+».

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,

#### РЕШИЛА:

1. Признать распространенную ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» на странице 59 журнала «ОК!» (ОКЕИ) № 40 2014 рекламу «Международный супербренд ОК!» ненадлежащей в связи с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Не выдавать ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» предписание 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 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.