

Резолютивная часть решения оглашена «14» мая 2015 г.

В полном объеме решение изготовлено «28» 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 – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – П.В. Олейника, С.В. Дуванской, А.И. Кладочной,

рассмотрев дело № 3 5 89/77 15 в отношении ОАО «Торговый дом ЦУМ» по факту размещения рекламы «SALE в ЦУМе» в сети Интернет на сайте forbes.ru на основании приложения № 4 от 01.07.2014 к Договору № А100278 от 10.02.2014 с признаками нарушения пункта 1 части 5, части 11 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимися в использовании иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации, а также в нарушении требований законодательства о государственном языке Российской Федерации,

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

в присутствии представителя ОАО «Торговый дом ЦУМ» в лице (...) (доверенность № б/н от 09.01.2013),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3 5 89/77 15 возбуждено Московским УФАС России 14.04.2015 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 размещения рекламы «SALE в ЦУМе» в сети Интернет на сайте forbes.ru на основании приложения № 4 от 01.07.2014 к Договору № А100278 от 10.02.2014.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», ОАО «Торговый дом ЦУМ», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

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.

ОАО «Торговый дом ЦУМ» (адрес: 103779, Москва, ул. Петровка, д. 2) 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 01.01.2008 за основным государственным регистрационным номером 1027739063208, ИНН 7707073366, КПП 770701001.

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 информация содержит товарный знак «ЦУМ» по свидетельству № 307714, а также информацию: «SALE в ЦУМе. Лучшие коллекции женской и мужской одежды, обуви и аксессуаров от самых модных брендов со скидкой. Подробности на tsum.ru».

Информация размещалась в сети Интернет, распространялась по сетям электросвязи (электронной почте), а следовательно, сведения были доведены до широкого заранее неопределенного круга лиц.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Таким образом, рассматриваемая информация, отвечает всем законодательно установленным признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования («ЦУМ» и информацию о распродаже товара), распространялась неопределенному кругу лиц в сети Интернет, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный факт также подтверждается пометкой «реклама», размещенной на рассматриваемых материалах, сторонами по делу не оспаривается.

Факт распространения рекламы подтверждается доказательствами, а именно: приложением № 4 от 01.07.2014 к Договору № А100278 от 10.02.2014, заключенного между ОАО «Торговый дом ЦУМ» и ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», скриншотами рекламы в сети Интернет, письменными пояснениями ЗАО «Аксель Шпрингер Раша»,

представленными в материалы настоящего дела, а также не отрицается Ответчиком.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России установлен факт распространения «SALE в ЦУМе» в сети Интернет на сайте forbes.ru.

Согласно пункту 1 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

Сторонами по делу представлены доводы, что слово «SALE» является общеизвестным и однозначно воспринимаемый потребителями.

Принимая во внимание доводы, Комиссия Московского УФАС приходит к выводу о том, что использование в рекламе слова «SALE» в настоящем случае не вводит в заблуждение потребителей. Данный вывод базируется, в том числе, на том, что спорная реклама распространялась в сети Интернет в виде гиперссылки (у потребителей рекламы имелась возможность перейти на сайт в сети Интернет tsum.ru с целью более детального ознакомления с содержанием рекламного предложения), а также однозначности трактовки слова «sale» - распродажа по сниженной цене.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ОАО «Торговый дом ЦУМ» при размещении рекламы «SALE в ЦУМе» в сети Интернет на сайте forbes.ru не установлен факт нарушения пункта 1 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с части 11 статьи 5 Закона о рекламе, при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Указанное положение содержит отсылочную норму, предусматривающую необходимость соблюдения в рекламе требований законодательства Российской Федерации в любой сфере.

В соответствии с пунктом 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53 ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», государственный язык подлежит обязательному использованию в рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 1 Федерального закона от 01.06.2005 № 53 ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», в соответствии с Конституцией Российской Федерации государственным

языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык.

В части 2 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53 ФЗ «О государственном языке в Российской Федерации» указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке. В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык. При этом перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

Учитывая вышеизложенное, использование в рекламе иностранного слова «SALE» является нарушением Федерального закона от 01.06.2005 № 53 ФЗ «О государственном языке в Российской Федерации», а равно части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России, при распространении ОАО «Торговый дом ЦУМ» рекламы «SALE в ЦУМе» в сети Интернет на сайте forbes.ru установлен факт нарушения части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Таким образом, реклама «SALE в ЦУМе» в сети Интернет на сайте forbes.ru, содержащая признаки нарушения части 11 статьи 5 Закона о рекламе, 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.

Учитывая то, что рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя, а также то, что рассматриваемая реклама распространялась на сайте forbes.ru, регистратором домена которого является ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», Комиссией Московского УФАС России установлено, что ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» является распространителем рассматриваемой рекламы.

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.

Из письменных пояснений ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ОАО «Торговый дом ЦУМ» на основании приложения № 4 от 01.07.2014 к Договору № А100278 от 10.02.2014, заключенного между ОАО «Торговый дом ЦУМ» и ЗАО «Аксель Шпрингер Раша».

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлено, что ОАО «Торговый дом ЦУМ» является рекламодателем спорной рекламы «SALE в ЦУМе» в сети Интернет на сайте forbes.ru.

Ответственность за нарушение требований части 11 статьи 5 Закона о рекламе положениями статьи 38 Закона о рекламе не предусмотрена.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской 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 сторонам по делу, Комиссия Московского УФАС России исходит из следующего.

ОАО «Торговый дом ЦУМ», ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» в адрес Московского УФАС России не было 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 ОАО «Торговый дом ЦУМ», ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» 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,

РЕШИЛА:

1. Признать распространяемую ОАО «Торговый дом ЦУМ», ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламу «SALE в ЦУМе» в сети Интернет на сайте forbes.ru ненадлежащей в связи с нарушением требований части 11 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Выдать ОАО «Торговый дом ЦУМ», ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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.