

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1000/77-15
«26» октября 2015 года г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 12.10.2015 и материалы дела № 4-14.3-1000/77-15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ЗАО «Издательство Семь Дней», в связи с нарушением пункта 2 статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН» в журнале «Семь дней» №52 (29.12.2014-04.01.2015), без указания на источник информации об организаторе акции «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН», о правилах ее проведения, количестве призов или выигрышей по результатам данной акции, сроках, месте и порядке их получения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в присутствии представителя ЗАО «Издательство Семь Дней» по доверенности <...>,

УСТАНОВИЛ:

ЗАО «Издательство Семь Дней» (125993, г. Москва, Волоколамское шоссе, д. 4, корп. 24) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц 05.12.2002 за основным государственным номером 1027700497109, ИНН 7703038770.

ЗАО «Издательство Семь Дней» распространило рекламу стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН» в журнале «Семь дней» №52 (29.12.2014-04.01.2015), проводимого ООО «Айсберг».

Решением Комиссии Московского УФАС России от 16.07.2015 по делу № 3-00-97/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе в действиях ЗАО «Издательство Семь Дней» при распространении рекламы

стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН» в журнале «Семь дней» №52 (29.12.2014-04.01.2015), установлен факт нарушения пункта 2 статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившийся в отсутствии в рекламе, сообщаемой о проведении стимулирующего мероприятия, указания на источник информации об организаторе акции «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН», о правилах ее проведения, количестве призов или выигрышей по результатам данной акции, сроках, месте и порядке их получения.

1

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).

В журнале «Семь дней» № 52 (29.12.2014-04.01.2015) размещалась информация следующего содержания:

«Мечта на миллион! Купите украшение, зарегистрируйте штрих-код и получите шанс исполнить сокровенную мечту, выиграв 1000000 рублей или один из 132 подарков от SOKOLOV. Акция проводится с 01.12.2014 г. по 12.01.2015 г. Подробнее на сайте promo.sokolov.ru. SOKOLOV JEWELRY 8 800 1000 750, www.sokolov.ru».

Указанная информация размещена на отдельной странице журнала, сопровождается вверху страницы справа заголовком «Мечта на миллион», текстом об условиях приобретения продукции, а также фотографией с изображением ювелирных изделий и ссылкой в информационно-коммуникационную сеть «Интернет» на сайт sokolov.ru.

Таким образом, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу, что рассматриваемая информация направлена на продвижение среди потребителей объекта рекламирования: стимулирующего мероприятия

2

«SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН», проводимого ООО «Айсберг».

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.

Журнал «Семь дней ТВ-ПРОГРАММА» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС 77 - 28327), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации, а также зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что журнал «Семь дней ТВ-ПРОГРАММА» № 52 (29.12.2014-04.01.2015) является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы не установлено.

На основании изложенного, информация о стимулирующем мероприятии,

проводимом ООО «Айсберг», размещенная в журнале «Семь дней ТВ-ПРОГРАММА» № 52 (29.12.2014-04.01.2015), является рекламой.

Данный вывод в полной мере подтверждается пометкой «реклама», размещенной на рассматриваемых материалах, а также договором на размещение рекламы № 09/07-667 от 09.07.2014, заключенным между ЗАО «Издательство Семь Дней» и ООО «Айсберг».

На основании изложенного, установлен факт распространения рекламы стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН» в журнале «Семь дней» №52 (29.12.2014-04.01.2015).

В соответствии с пунктом 2 статьи 9 Закона о рекламе, в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Исходя из пункта 27 Постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», в случае необходимости наличия в рекламе информации о месте и способе получения какой-либо информации, указание такого места и способа должно сопровождаться информацией о том, какая именно информация может быть получена в данном месте и данным способом.

Между тем, в рекламе, в которой обязательно необходимо указать источник определенной информации, недостаточно только указать сайт в сети Интернет, на котором может быть получена данная информация, — также

3

необходимо указать и какая конкретно информация может быть получена на данном сайте.

При этом, исходя из диспозиции статьи 9 Закона о рекламе, реклама стимулирующего мероприятия должна сообщать об источнике каждого из данных условий и правил путем прямого указания на информацию, сообщающуюся данным источником. То есть потребитель рекламы должен быть уведомлен о конкретной информации, которую он может получить обратившись к источнику.

Таким образом, при распространении рекламы стимулирующего мероприятия и наличии соответствующей информации на определенном сайте в сети Интернет должно быть указано следующее: «информация об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения — на сайте <http://...>».

Установлено, что в рекламе «Мечта на миллион! Купите украшение, зарегистрируйте штрих-код и получите шанс исполнить сокровенную мечту, выиграв 1000000 рублей или один из 132 подарков от SOKOLOV. Акция проводится с 01.12.2014 г. по 12.01.2015 г. Подробнее на сайте promo.sokolov.ru. SOKOLOV JEWELRY 8 800 1000 750, www.sokolov.ru»

присутствует указание на срок проведения стимулирующего мероприятия, а также на правила проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, вместе с тем, отсутствует указание на источник информации о сроках, месте и порядке получения призов по результатам такого мероприятия, а также информация об организаторе

стимулирующего мероприятия.

Указанная в рекламе формулировка «Подробнее на сайте promo.sokolov.ru» не может быть признана допустимым указанием на источник информации об организаторе стимулирующего мероприятия, о сроках, месте и порядке получения призов по результатам такого мероприятия, так как данная формулировка не указана в качестве ссылки (источника) для получения информации о правилах проведения, а также сроках, месте и порядке получения выигрышей и подарков стимулирующего мероприятия «Мечта на миллион!».

Представителем ЗАО «Издательство Семь Дней» до рассмотрения административного дела были представлены объяснения, в которых представителем

указано на то, что Обществом не были нарушены требования пункта 2 статьи 9 Закона

о рекламе. А именно, макет спорной рекламы содержит указание на источник информации «подробнее на сайте promo.sokolov.ru», которое своим содержанием, выделением более крупным шрифтом и ее месторасположением позволяет потребителю воспринимать ее именно как указание на источник информации о стимулирующем мероприятии.

В своих объяснениях представитель ЗАО «Издательство Семь Дней» ссылается на то, что пункт 2 статьи 9 Закона о рекламе содержит указание на то, какая информация должна быть получена из указанного в рекламном

4
объявлении источника (интернет-сайта, номера телефона и т. д.). Между тем, по мнению Общества, из содержания данной статьи не следует, что в самом тексте рекламного объявления необходимо перечислять, какая именно информация должна быть получена из данного источника.

Таким образом, представитель ЗАО «Издательство Семь Дней» считает, что содержащийся в определении по делу вывод о необходимости указания в рекламном объявлении о проведении стимулирующего мероприятия, конкретных сведений которые должны быть получены из источника информации, не соответствует содержанию статьи 9 Закона о рекламе.

Вместе с тем, данные доводы не могут быть приняты во внимание в связи с тем, что потребитель, воспринимая информацию, распространенную в рассматриваемой рекламе, должен однозначно понимать, что сайт в сети Интернет является источником сведений именно о стимулирующем мероприятии, а не источником информации о продукции, реализуемой под соответствующим брендом. Положения пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе направлены именно на устранение подобных сомнений у потребителя и ограждения их от недобросовестных действий хозяйствующих субъектов, связанных с сокрытием менее привлекательных сведений о проводимых стимулирующих мероприятиях. Как было установлено ранее, полной и однозначной информации в рассматриваемой рекламе указано не было. Вместе с тем, факт наличия нарушения законодательства о рекламе подтвержден также вступившим в законную силу решением Комиссии Московского УФАС России об установлении факта нарушения части 2 статьи 9 Закона о рекламе от 16.07.2015, выразившегося в распространении рекламы стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН» в журнале «Семь дней» №52 (29.12.2014-04.01.2015), без указания на источник информации об организаторе акции «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН», количестве призов или выигрышей по результатам данной акции, сроках, месте и порядке их получения.

Таким образом, при размещении указанной рекламы установлен факт нарушения пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Следовательно, реклама стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН» в журнале «Семь дней» №52 (29.12.2014-04.01.2015), распространенная с нарушением пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Установлено, что рассматриваемая реклама была распространена на основании договора № 09/07-667 от 09.07.2014, заключенного между ЗАО «Издательство Семь Дней» и ООО «Айсберг».

5

В соответствии с пунктом 1.1. Договора, ЗАО «Издательство Семь Дней» (далее - Исполнитель) размещает рекламные материалы ООО «Айсберг» (далее — Заказчик) в изданиях Исполнителя, а Заказчик оплачивает указанные услуги Исполнителя на условиях настоящего Договора.

В соответствии с пунктом 2.1.1. Договора, Исполнитель обеспечивает размещение рекламных материалов в соответствии с Заявками Заказчика. Фактом, подтверждающим каждое размещение рекламных материалов, является публикация рекламного материала в соответствующем издании.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя. Установлено, что ЗАО «Издательство Семь Дней» размещало рекламу самостоятельно в журнале «Семь дней» и не прибегало к услугам иных рекламодателей. Таким образом, ЗАО «Издательство Семь Дней» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

На основе изложенного, ответственность за нарушение части 2 статьи 9 Закона о рекламе в рекламе стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН» распространенной в журнале «Семь дней» № 52 (29.12.2014-04.01.2015), несет ЗАО «Издательство Семь Дней».

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения журнала «Семь дней», в том числе г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 29.12.2014 (день выхода в свет журнала «Семь дней» № 52 (29.12.2014-04.01.2015)).

Ответственность за нарушение пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе, в соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Таким образом, в действиях ЗАО «Издательство Семь Дней», при размещении в журнале «Семь дней» № 52 (29.12.2014-04.01.2015) рекламы рассматриваемого стимулирующего мероприятия, установлено нарушение пункта 2

статьи 9 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо

признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ЗАО «Издательство Семь Дней» состоит в распространении в журнале «Семь дней» № 52 (29.12.2014-04.01.2015) рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «Айсберг», с нарушением требований пункта 2 б

статьи 9 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований установленных пунктом 2 статьи 9 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ, при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, отягчающих административную ответственность, а также обстоятельств, смягчающих административную ответственность ЗАО «Издательство Семь Дней».

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 100 000 рублей.

Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 Закона о рекламе, ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, назначить ЗАО «Издательство Семь Дней» (125993, г. Москва, Волоколамское шоссе, д. 4, корп. 24, дата регистрации — 05.12.2002, ОГРН 1027700497109, ИНН 7703038770, КПП 774301001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и

7

информации об уплате административного штрафа в Государственной

информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в ч. 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ЗАО «Издательство Семь Дней», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Москва

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-1000/77-15.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

8

Приложение на 1 листе.

9