

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 3 16 189/77 15

«26» ноября 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 – И.С. Гудковой,

членов Комиссии: П.В. Олейника, Н.С. Уваровой,

рассмотрев дело № 3 16 189/77 15 по факту распространения ЗАО «Конде Наст» рекламы «Диета вечно молодых» на странице 178-179 журнала «VOGUE Россия (ВОГ РОССИЯ)» за апрель 2015 с признаками нарушения статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ЗАО «Конде Наст» в лице Лесконога Е.В. (доверенность №б/н от 01.02.2013),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3 16 189/77 15 возбуждено Московским УФАС России 12.10.2015 на основании Акта № 4 от 06.08.2015 плановой выездной проверки юридического лица при осуществлении контроля за соблюдением Закона о рекламе по факту размещения рекламы, содержащей признаки нарушения Закона о рекламе:

1. «Диета вечно молодых» на странице 178-179 журнала «VOGUE Россия (ВОГ РОССИЯ)» апрель 2015 — статьи 16 Закона о рекламе.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей сторон по делу, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссией Московского УФАС России установлено следующее.

В соответствии с пунктом 28 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, при рассмотрении дела антимонопольный орган знакомится с письменными и вещественными доказательствами по делу, заслушивает объяснения лиц, участвующих в деле, заключения экспертов, а также оглашает представленные в письменной форме объяснения и заключения.

Антимонопольный орган обязан принимать все предусмотренные законодательством Российской Федерации меры для всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела.

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 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, данный закон не распространяется на справочно информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что в данном случае статья под названием «Диета вечно молодых» рассказывает об эксперте в области красоты, об её участии в разработках косметических средств против старения, о тенденциях в сфере косметологии. Также в указанном материале продукции бренда «L'Oreal Paris» в статье отводится второстепенное место, что признается в данном случае допустимым в качестве примера. С учетом вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что материал на страницах 178-179 журнала в данном случае направлен на информирование читателей о мнении эксперта о последних достижениях в косметологии и является журналистским материалом.

Таким образом, материал на странице 178-179 журнала «VOGUE Россия (ВОГ РОССИЯ)» апрель 2015 не является рекламой.

Согласно статьи 16 Закона о рекламе, размещение текста рекламы в

периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Поскольку, как установлено выше, материал на странице 178-179 журнала «VOGUE Россия (ВОГ РОССИЯ)» апрель 2015 не является рекламой, то, следовательно, на него не распространяются требования Закона о рекламе, в том числе и требования статьи 16.

Таким образом, в материале на странице 178-179 журнала «VOGUE Россия (ВОГ РОССИЯ)» апрель 2015 признаков нарушения статьи 16 Закона о рекламе не выявлено.

В соответствии с пунктом 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, основанием для прекращения рассмотрения дела о нарушении Закона о рекламе является неподтверждение в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Резюмируя изложенное, по решению Комиссии Московского УФАС России, дело № 3 16 189/77 15 подлежит прекращению.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

Производство по делу № 3 16 189/77 15 в отношении ЗАО «Конде Наст» прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.