

ООО «Национальный Конкурс Красоты»

123610, г. Москва,
ул. Краснопресненская наб.,
д. 12, офис 1803

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «09» июля 2015 г.
В полном объеме решение изготовлено «23» июля 2015 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,
членов Комиссии – С.В. Дуванской, А.В. Дерманца,

рассмотрев дело № 3-5-101/77-15 в отношении ООО «Национальный Конкурс Красоты» (местонахождение: 123610, г. Москва, ул. Краснопресненская наб., д. 12, офис 1803) по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон 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,

в присутствии представителя ООО «Национальный Конкурс Красоты» в лице Дячук О.В. (доверенность б/н от 12.05.2015),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-101/77-15 по признакам нарушения ООО «Национальный Конкурс Красоты» части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе выделено в отдельное производство Комиссией Московского УФАС России из дела № 3-5-17/77-15, возбужденного на основании Акта № 2 плановой выездной проверки юридического лица от 23.12.2014

(исх. № 08/42948 от 23.12.2014).

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.

ООО «Национальный Конкурс Красоты» (местонахождение: 123610, г. Москва, ул. Краснопресненская наб., д. 12, оф. 1803) 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 27.07.2007 за основным государственным регистрационным номером 1077758387167.

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (местонахождение: 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.

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).

Рассматриваемая информация размещена на основании договора № 535-МР от 31.01.2014, заключенного между ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» и ООО «Национальный Конкурс Красоты», в официальном каталоге «Мисс Россия

2014». Каталог бесплатно распространялся среди гостей церемонии финала конкурса «Мисс Россия 2014», проводившейся 01.03.2014 в концертном зале «Барвиха Luxury Village».

В каталоге «Мисс Россия 2014» размещалась следующая информация: «ОК!; самый влиятельный журнал о звездах; www.ok-magazine.ru». При этом, данная информация сопровождается графическим изображением логотипа «ОК!» (красный прямоугольник с изображением обозначения «ОК»), а также изображениями журналов «ОК!» (ОКЕЙ) и ссылкой www.ok-magazine.ru на электронное издание журнала (Свидетельство о регистрации СМИ: Эл №ФС77-28193 от 28 апреля 2007 г.).

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 (журнал «ОК!» (ОКЕЙ)), распространялась в СМИ, а следовательно неопределенному кругу лиц, 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.

Вместе с тем, Комиссией Московского УФАС России также установлено, что реклама «ОК!; самый влиятельный журнал о звездах; www.ok-magazine.ru» содержит ссылку на электронное издание журнала «ОК!» (ОКЕЙ), а также изображение печатного издания журнала «ОК!» (ОКЕЙ).

Согласно Свидетельству о регистрации СМИ серии ПИ № ФС77-26008 от 17.10.2006, выданному Роскомнадзором, учредителем журнала «ОК!» (ОКЕЙ) 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 еженедельником информационным о звездах и знаменитостях; реклама до 40%.

«Сайт «Русского издания журнала ОК!» 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 журнала «ОК!» (ОКЕЙ), учредителем 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, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей от информации, без указания категории данной информационной продукции.

Согласно пункту 5 статьи 2 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — Закон о защите детей от информации), информационная продукция - предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин

(программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи.

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

Таким образом, реклама «ОК!; самый влиятельный журнал о звездах; www.ok-magazine.ru», размещенная на основании договора № 535-МР от 31.01.2014 в каталоге «Мисс Россия 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 ООО «Национальный Конкурс Красоты» рекламы «ОК!; самый влиятельный журнал о звездах; www.ok-magazine.ru», размещенной на основании договора № 535-МР от 31.01.2014 в каталоге «Мисс Россия 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 «ОК!; самый влиятельный журнал о звездах; www.ok-magazine.ru», размещенная на основании договора № 535-МР от 31.01.2014 в каталоге «Мисс Россия 2014», является ненадлежащей.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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.

Установлено, что рассматриваемая реклама была распространена на основании договора № 535-МР от 31.01.2014, заключенного между ООО «Национальный Конкурс Красоты» и ЗАО «Аксель Шпрингер Раша».

Согласно пункту 2.3 договора № 535-МР от 31.01.2014, ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» предоставляет ООО «Национальный Конкурс Красоты» оригинал-макеты, необходимые для начала оказания услуг, в соответствии с которыми ООО «Национальный Конкурс Красоты» обязуется осуществить размещение рекламных материалов.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя. Комиссией Московского УФАС России установлено, что ООО «Национальный Конкурс Красоты» размещало рекламу самостоятельно в каталоге «Мисс россия 2014» и не прибегало к услугам иных рекламодателей.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем рекламы «ОК!; самый влиятельный

журнал о звездах; www.ok-magazine.ru является ООО «Национальный Конкурс Красоты».

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России считает установленным нарушение части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы «ОК!; самый влиятельный журнал о звездах; www.ok-magazine.ru, размещенной на основании договора № 535-МР от 31.01.2014 в каталоге «Мисс Россия 2014».

Комиссией Московского УФАС России установлено, что рассматриваемая реклама более не размещается. Данный факт подтверждается пояснениями представителя ООО «Национальный Конкурс Красоты».

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.

Между тем, предписание само по себе направлено именно на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, и 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 «Национальный Конкурс Красоты» предписания 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 17.08.2006 № 508, Комиссия Московского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «ОК!; самый влиятельный журнал о звездах; www.ok-magazine.ru», размещенную на основании договора № 535-МР от 31.01.2014 в каталоге «Мисс Россия 2014», ненадлежащей в связи с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Национальный Конкурс Красоты» предписание о прекращении нарушения законодательства о Российской Федерации о рекламе.

3. Не передавать 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, в связи с истечением срока привлечения к административной ответственности, установленного статьей 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

С.В. Дуванская

А.В. Дерманец

Исп. Дуванская С.В. 8(495) 784-75-05 (доб. 159)