

ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП»

125009, г. Москва,  
пер. Нижний Кисловский, д. 6, стр. 2

123002, г. Москва,  
ул. Рочдельская, д. 15, стр. 10

ООО «7ТВ»

105066, г. Москва,  
ул. Ольховская, д. 4, корп. 2

117105, г. Москва,  
Варшавское ш., д. 25А, стр. 6

## РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «12» апреля 2016 г.  
В полном объеме решение изготовлено «24» июня 2016 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, Н.С. Уваровой, Е.А. Романовой,

рассмотрев дело № 3-5-48/77-16 по факту размещения ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» рекламы «Disney Узнавайка» на странице 89 журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 5/2015 с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии: представителей ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» Колосовой Н.Н. (доверенность № б/н от 28.10.2016), Давиденко Ю.А. (доверенность № б/н от 28.10.2016), представителя ООО «7 ТВ» Копачинской Я.Е. (доверенность № 209/2 от 01.07.2015),

## УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-48/77-16 возбуждено Московским УФАС России 14.03.2016 на основании Акта № 13 от 10.12.2015 плановой выездной проверки юридического лица при осуществлении контроля за соблюдением Закона о рекламе по факту размещения ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» рекламы «Disney Узнавайка» на странице 89 журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 5/2015.

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.

Согласно Свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-29072 от 10.08.2007, выданному Роскомнадзором, учредителем журнала «Мой Кроха и Я» является ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» (125009, г. Москва, пер. Нижний Кисловский, д. 6, стр. 2). В соответствии с графой «Примерная тематика и специализация», данное средство массовой информации является практическим журналом для молодых родителей о детях от рождения до 6 лет. Объем рекламы не может превышать 40 %.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» также является фактическим издателем журнала «МОЙ КРОХА И Я». Указанный факт, подтверждаемый выходными данными журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 5/2015, ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» не оспаривается.

ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» (125009, г. Москва, пер. Нижний Кисловский, д. 6, стр. 2) 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 03.04.2007 за основным государственным регистрационным номером 5077746455947, ИНН 7703630545, КПП 770301001.

ООО «7 ТВ» (105066, г. Москва, ул. Ольховская, д. 4, корп. 2) 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 10.03.2010 за основным государственным регистрационным номером 1107746180332, ИНН 7726648644, КПП 770101001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая 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, средство 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.

Реклама «Disney Узнавайка» размещалась на странице 89 журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 5/2015 на основании Договора от 12.03.2015 № КМ15/0000044 (далее - Договор), заключенного между ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» и ООО «7 ТВ». Факт размещения рекламы подтверждается Актом оказания услуг по размещению рекламы от 24.04.2015 № 988 к Договору, подписанному ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» и ООО «7 ТВ».

Факт распространения рекламы «Disney Узнавайка» не оспаривается ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» и ООО «7 ТВ».

Реклама содержит следующее выражение: «Узнавайка» - весёлая познавательная рубрика, в которой собраны лучшие мультсериалы для самых юных зрителей. Герои сериалов «Джейк и пираты Нетландии», «София Прекрасная», «Доктор Плюшева» и других анимационных проектов ждут ваших малышей по утрам на канале Disney».

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Под некорректным сравнением понимается сравнение, построенное с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

Например, некорректным может быть признано сравнение, которое основано на несопоставимых фактах, когда создается общее, вводящее в заблуждение впечатление при сравнении необъективных характеристик. В частности, такое сравнение имеет место тогда, когда делается вывод о сходстве либо превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не упоминаются.

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

В рассматриваемой рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, который может быть подтвержден или опровергнут объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение мультсериалов, транслируемых на канале «Disney», с мультфильмами, транслируемыми на других каналах.

Комиссией московского УФАС России отклонены доводы ООО «7 ТВ» о том, что под выражением «лучшие мультсериалы» в рекламе понимаются лучшие мультсериалы канала «Disney» среди юных зрителей (4-6 лет) по данным исследовательской компании ЗАО «ТНС ГЭЛЛАП МЕДИА», а также лидерство канала «Disney» по просмотрам среди указанной возрастной категории (4-6 лет) по сравнению с другими каналами, что подтверждается отчетом ЗАО «ТНС ГЭЛЛАП МЕДИА».

Между тем, в самой рекламе отсутствует ссылка на данные исследований ЗАО «ТНС ГЭЛЛАП МЕДИА», подтверждающие лидерство телеканала «Disney» на телевидении по количеству аудитории возрастной категории 4-6 лет, то есть на конкретный критерий, по которому сравниваются мультсериалы телеканала «Disney».

Также в рекламе отсутствует указание о том, что упомянутое выражение «лучшие мультсериалы» подразумевает лучшие мультфильмы, транслируемые исключительно на канале «Disney», а не в сравнении с мультфильмами, транслируемыми на иных телеканалах.

Таким образом, отсутствие в рекламе конкретного критерия, по которому проводится сравнение мультсериалов на телеканале, влечет за собой искажение представления о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Московским УФАС России также отклонены доводы ООО «7 ТВ» о том, что слово «лучший» используется в описательной части рекламы и не является основным, по следующим основаниям.

Сама по себе реклама не делится на описательную и иные части, точно так же, как и на основную и второстепенную. Основной целью рекламы является привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, формирование или поддержание их интереса к нему, а также создания позитивного отношения к данному объекту. Для достижения указанных целей используются различные методы, в том числе и описательные. Между тем, графические, описательные и иные элементы рекламы должны оцениваться в совокупности с точки зрения восприятия обычного потребителя, точно также, как и реклама в целом, ее смысл и направленность.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России установлен факт нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, при распространении рассматриваемой рекламы.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 29 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Выражение «лучшие мультсериалы для самых юных зрителей» указывает на превосходство мультсериалов телеканала «Disney».

В то же время, как было установлено выше, в рекламе «Disney Узнавайка» отсутствует ссылка на конкретный объективный критерий, по которому проводится сравнение мультсериалов телеканала «Disney».

Таким образом, приведенное в спорной рекламе сравнение приводится в отсутствие конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России установлен факт нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, при распространении рассматриваемой рекламы.

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

Таким образом, реклама «Disney Узнавайка» на странице 89 журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 5/2015, содержащая признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Как уже было установлено ранее, данная реклама распространялась на основании Договора, заключенного между ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» и ООО «7 ТВ».

Комиссией Московского УФАС России установлено, и сторонами договора не оспаривается, что ООО «7 ТВ» является лицом, определившим содержание рекламы «Disney Узнавайка» и, следовательно, является рекламодателем.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Таким образом, ответственность за нарушение пунктом 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе «Disney Узнавайка», несет ООО «7 ТВ».

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.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, 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 ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП», ООО «7 ТВ» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Также, частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Согласно пункту 5 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если спорная реклама размещена в средстве массовой информации, выпущенном тиражом, срок давности привлечения к административной ответственности за указанное правонарушение исчисляется со дня начала распространения соответствующего тиража этого средства массовой информации.

Согласно выходным данным рассматриваемого печатного издания, день начала распространения тиража журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 5/2015 (дата выхода в свет) — 24.04.2015.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности в настоящем случае истек.

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 рекламу «Disney Узнавайка» на странице 89 журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 5/2015 ненадлежащей в связи с нарушением требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «7 ТВ» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 КоАП РФ, в связи

с истечением срока давности, предусмотренного статьей 4.5 КоАП РФ.

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.

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

П.В. Олейник

Н.С. Уварова

Е.А. Романова

Исполнитель: Романова Е.А.,  
(495) 784-75-05 (Доб. 154)