

ИГ/27246 от 28.06.2016

ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП»

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

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

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «07» апреля 2016 года.
В полном объеме решение изготовлено «14» июня 2016 года.

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 – П.В. Олейника, Н.С. Уваровой, В.О. Донаевой

рассмотрев дело № 3-5-27/77-16 по признакам нарушения ООО «Форвард Медиа Групп» части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — Закон о защите детей от информации), без указания категории данной информационной продукции,

в присутствии представителей ООО «Форвард медиа Групп» в лице

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-27/77-16 о рекламе возбуждено Московским УФАС России 11.03.2016 на основании Акта № 13 от 10.12.2015 плановой выездной проверки юридического лица при осуществлении контроля за соблюдением Закона о рекламе по факту размещения следующей рекламы:

1. реклама журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН.100% КУХНИ И ВАННЫЕ» на странице 60 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №5/206 май 2015 - части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.
2. реклама журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН.100% КУХНИ И ВАННЫЕ» на странице 150 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №4/205 апрель 2015 - части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

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 «Форвард медиа Групп» (125009, г. Москва, пер. Нижний Кисловский, д. 6, стр. 2; 123002, г. Москва, ул. Рочдельская, д. 15, стр. 10) 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.

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.

Макет на странице 60 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №5/206 май 2015 содержал следующие сведения: изображение журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН.100% КУХНИ И ВАННЫЕ», и фразу «100% КУХНИ И

ВАННЫЕ *Последние тенденции, новинки и самые модные проекты в новых выпусках приложений.*», а также пометку «реклама».

Макет на странице 150 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №4/205 апрель 2015 содержал следующие сведения: изображение журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН.100% КУХНИ И ВАННЫЕ», и фразу «100% КУХНИ И ВАННЫЕ *Последние тенденции, новинки и самые модные проекты в новых выпусках приложений.*», а также пометку «реклама».

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к периодическому печатному изданию, а именно к журналу «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН.100% КУХНИ И ВАННЫЕ».

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 неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Журнал «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-29154), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что журнал «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объекты рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, а, следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

ООО «Форвард Медиа Групп» факт того, что рассматриваемые объявления являются рекламой, не оспаривается.

Согласно части 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 Закон о защите детей от информации, информационной продукцией является 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.

В соответствии со статьей 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее — Закон о средствах массовой информации), под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием); под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

В соответствии со Свидетельством о регистрации средства массовой информации, выданным Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия, журнал «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН.100% КУХНИ И ВАННЫЕ» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство о регистрации в качестве средства массовой информации ПИ № ФС 77-29155). Таким образом, журнал «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН.100% КУХНИ И ВАННЫЕ» относится к продукции средств массовой информации, а следовательно, данный объект подпадает под понятие информационной продукции, установленное пунктом 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации.

Между тем, установлено, что в рассматриваемой рекламе журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН.100% КУХНИ И ВАННЫЕ», размещенной на странице 60 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №5/206 май 2015, указание на категорию информационной продукции данного объекта отсутствует, что свидетельствует о несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Также установлено, что в рассматриваемой рекламе журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН.100% КУХНИ И ВАННЫЕ», размещенной на странице 150 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №4/205 апрель 2015, указание на категорию информационной продукции данного объекта отсутствует, что свидетельствует о несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

ООО «Форвард Медиа Групп» факт того, что на рассматриваемых рекламах должно присутствовать указание на категорию информационной продукции, не оспаривается. Отсутствие такого указания Общество объяснило технической ошибкой исполнителя.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что размещение спорных реклам осуществлялось на странице 60 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №5/206 май 2015, а также на странице 150 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №4/205 апрель 2015, учредителем и издателем журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» является ООО «Форвард Медиа Групп», что подтверждается копией свидетельства о регистрации средства массовой информации, представленной в материалах дела, а также выходными данными журнала.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем

является лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

На основании изложенного и принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламораспространителем спорной рекламы является ООО «Форвард Медиа Групп».

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

Таким образом, в действиях ООО «Форвард Медиа Групп» при распространении рекламы «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН.100% КУХНИ И ВАННЫЕ» на странице 60 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №5/206 май 2015, а также на странице 150 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №4/205 апрель 2015, установлен факт нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

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»

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», Рассматривая дела о привлечении лиц к административной ответственности за 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 письменным пояснениям ООО «Форвард Медиа Групп» и выходным данным рассматриваемых печатных изданий, днем начала распространения тиража журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №5/206 май 2015 (дата выхода в свет) — 24.04.2015, а днем начала распространения тиража журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №4/205 апрель 2015 (дата выхода в свет) — 27.03.2015

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, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН.100% КУХНИ И ВАННЫЕ», распространенную ООО «Форвард Медиа Групп» на странице 60 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №5/206 май 2015, а также на странице 150 журнала «ИНТЕРЬЕР+ДИЗАЙН» №4/205 апрель 2015 ненадлежащей в связи с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Форвард медиа Групп» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу

Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

П.В. Олейник

Н.С. Уварова

В.О. Донаева

Исполнитель: В.О. Донаева, тел. 8 (495) 784-75-05 (доб. 167)