

ЗАО «Конде Наст»

109004, г. Москва,  
ул. Николоямская, д. 54

125009, г. Москва,  
ул. Большая Дмитровка,  
д. 11, стр. 7

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 3-5-160/77-15

«07» декабря 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, А.В. Дерманца, Н.С. Уваровой,

рассмотрев дело № 3-5-160/77-15 по признакам нарушения ЗАО «Конде Наст» части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе) при распространении рекламы мероприятия «Fashions night out» на странице 150 «GQ Россия» август 2014, на странице 90 «ALLURE» № 9 сентябрь 2014, странице 22 «TATLER» № 8 август 2014; на странице 164 «TATLER» № 9 сентябрь 2014,

в присутствии представителя ЗАО «Конде Наст» Е.В. Лесконог,

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-160/77-15 возбуждено Московским УФАС России 12.10.2015 на основании на основании Акта № 4 плановой выездной проверки юридического лица от 06.08.2015 по факту распространения рекламы «Fashions night out» на странице 150 «GQ Россия» август 2014, на странице 90 «ALLURE» № 9 сентябрь 2014, странице 22 «TATLER» № 8 август 2014; на странице 164 «TATLER» № 9 сентябрь 2014.

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.

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 являются 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.

Указанная реклама содержит информацию о мероприятии в рамках которого покупателям предоставлялись дополнительные скидки и подарки за покупки. Из содержания рассматриваемой рекламы не представляется возможным определить какого рода товары, либо услуги будут демонстрироваться на данном мероприятии, а также установить факт того что, данное мероприятие предполагает демонстрацию информационной продукции. Следовательно, информационная продукция не является предметом

рассматриваемой рекламы.

Таким образом, поскольку в рассматриваемом случае отсутствует реклама информационной продукции, на рекламодателя не возлагается обязанность указывать категорию информационной продукции.

На основании изложенного, в рекламе «Fashions night out» признаков нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе не установлено.

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 № 3-5-160/77-15 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 № 3-5-160/77-15 в отношении ЗАО «Конде Наст» прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

П.В. Олейник

А.В. Дерманец

Н.С. Уварова