

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 253/14

Резолютивная часть решения оглашена «04» февраля 2015 г.

Решение в полном объеме изготовлено «11» февраля 2015 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 253/14, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Рекламные технологии» (юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Депутатская, д. 48, ИНН 5406225935) по факту размещения в октябре 2014 г. на территории г. Новосибирска на конструкциях стабильного территориального размещения информации следующего содержания:

«Тельняшка \_ Изготовлено в России \_ Крепче только дружба», указанная информация размещена на фоне узких бело-голубых полосок, с признаками нарушения:

- п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе): реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их,

в присутствии:

заявители «...», «...», «...» - не явились, (уведомлены надлежащим образом)

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО «Рекламные технологии» директора – «...»

### У С Т А Н О В И Л А:

В Новосибирское УФАС России поступили обращения гр. «...» (вх. № 4717 э от 1.10.2014 г., № 4740э от 02.10.2014 г.), «...» (вх. № 4793 от 8.10.2014 г., № 4993 от 20.10.2014 г., № 11630 от 27.10.2014 г., переданное в ФАС России), гр. «...» (вх. № 4886э от 23.10.2014 г.) по факту размещения на территории г. Новосибирска на рекламных конструкциях информации, по мнению заявителей, водки «Тельняшка» с признаками нарушения законодательства РФ о рекламе.

Новосибирским УФАС России в ходе рассмотрения данных обращений установлено следующее.

В октябре 2014 г. на территории г. Новосибирска на конструкциях стабильного территориального размещения распространялась рекламная информация следующего содержания:

«Тельняшка \_ Изготовлено в России \_ Крепче только дружба», указанная информация размещена на фоне узких бело-голубых полосок.

Согласно п.1 ст.3 Закона о рекламе, реклама - 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. Рассматриваемая информация является рекламной.

Объектом рекламирования, согласно п.2 ст. 3 Закона о рекламе, 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.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3 ст.3 Закона о рекламе).

Объектом рекламирования в данном случае является, в том числе, средство индивидуализации товара (его наименование) «Тельняшка» (товарный знак по свидетельству № 511274, зарегистрированный по

классу № 33 – алкогольные напитки (за исключением пива), аперитивы, арак, бренди, вино, вино из виноградных выжимок, виски, водка анисовая, водка вишневая, джин, джестивы (ликеры и спиртные напитки), коктейли, кюрасо, ликер анисовый, ликеры, напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива, напитки алкогольные, содержащие фрукты, напитки спиртовые, напитки, полученные перегонкой, напиток медовый (медовуха), настойка горькая, настойка мятная, ром, сокэ, сидр грушевый, сидр, спирт рисовый, экстракты спиртовые, экстракты фруктовые спиртные, эссенции спиртовые; правообладатель – КПО Маркетинг Компани Лимител, Кипр).

Согласно подпункту "г" пункта 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2011 "О внесении изменений в Федеральный закон от 18.07.2011 N 218-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона "Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе" (далее - Закон N 218-ФЗ), с 1 июля 2012 года под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с ч.1 ст.19 Закона о рекламе, распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Согласно п.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

В соответствии с материалами дела, а также обращениями заявителей, водка «Тельняшка» (на стеклянную тару которой нанесено рассматриваемое изображение), выпускается и реализуется на территории РФ.

Таким образом, рассматриваемая рекламная информация представляет собой рекламу товарного знака, под которым выпускается товар (алкоголь), знакомый и узнаваемый потребителем, не зависимо от наличия на изображении самого товара - водки «Тельняшка».

Следовательно, на такую рекламу распространяются ограничения, установленные законодательством для рекламы алкогольной продукции, что является нарушением требований п.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований ч. 2 ст.21 Закона о рекламе несет рекламодатель (ст. 38 Закона о рекламе).

В соответствии с п.7 ст.3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно материалам дела, рассматриваемая информация была размещена на основании Договора № 19-РТ на оказание услуг по распространению рекламно-информационных материалов наружной рекламы от 01.10.2014 г., заключенного между ООО «Рекламные технологии» (исполнитель) и ООО «Фабула» (заказчик).

По смыслу п. 1.1. указанного Договора исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги по распространению РИМ наружной рекламы, а заказчик обязуется принимать и оплачивать услуги исполнителя в порядке и в сроки, установленные данным договором.

ООО «Рекламные технологии» также представлено приложение № 5 к указанному договору, в котором

указан перечень адресов, по которым в период с 01.10.2014 г. по 31.10.2014 г. была размещена указанная рекламная информация:

- ул. Гоголя, 8 – Красный пр. 63 («Дом офицеров»);
- ул. Депутатская, 46- ул. Орджоникидзе, 46;
- Красный пр., 165 (ДК «Прогресс») в город;
- Красный пр., 232/1 (№ 1 из города);
- Красный пр. (ост. «Автовокзал»);
- ул. Северная – Красный пр. (ТЦ «Большая медведица»);
- ул. Титова, д. 18.

Ответственность, согласно Договору от 01.10.2014 г., за соответствие рекламных материалов и их содержание, формы выражения действительности и действующему законодательству РФ, возложена на заказчика – ООО «Фабула».

На рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России представитель Общества пояснил, что в августе 2014 года к Обществу обратилось ООО «ФАБУЛА» за размещением своего рекламно-информационного материала с изображением надписи «ТЕЛЬНЯШКА» на фоне бело-синих горизонтальных полос.

На вопрос ООО «Рекламные технологии», что является в данном случае объектом рекламирования, представитель ООО «Фабула» пояснил, что Рекламно-информационный материал приурочен к прославлению праздника «День рождения русской тельняшки», отмечаемого 19 августа, и направлен на рекламу товаров, выпускаемых под данным товарным знаком.

ООО «Рекламные технологии», руководствуясь ст. 13 Закона о рекламе, запросило документы, подтверждающие рекламу определенных товаров под данным товарным знаком. В ответ на запрос ООО «Фабула» предоставило уведомление о поступлении заявки на регистрацию товарного знака (знака обслуживания) в Российской Федерации ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» от 09.06.2014 г. и 25.07.2014 г.

В соответствии с приложением к заявке от 09.06.2014 г. на регистрацию в качестве товарного знака комбинированного обозначения «ТЕЛЬНЯШКА» в перечень входят товары и услуги классов 18, 28, 29, 30, 35, 41, 43.

В соответствии с приложением к заявке от 25.07.2014 г. на регистрацию в качестве товарного знака комбинированного обозначения «ТЕЛЬНЯШКА» в перечень входят товары класса 18, 25, 29.

ООО «Фабула», ссылаясь на предоставленные документы, заверил ООО «Рекламные технологии», что рекламно-информационный материал не направлен на рекламирование видов товаров, запрещенных Законом о рекламе к распространению с использованием рекламных конструкций.

В связи с затянувшимся процессом выяснения объекта рекламирования рекламно-информационного материала ООО «Фабула», договор №19-РТ на оказание услуг по распространению рекламно-информационных материалов наружной рекламы с составлением протокола разногласий был заключен только «01» октября 2014 г.

В первые дни размещения рекламно-информационного материала ООО «Рекламные технологии» выяснило, что по данным Федеральной службы по интеллектуальной собственности, изображению товарного знака «ТЕЛЬНЯШКА» присвоен 33 класс МКТУ и перечень товаров и/или услуг (алкогольные напитки <...>).

Незамедлительно после получения данных сведений ООО «Рекламные технологии» начал производить демонтаж рекламно-информационного материала ООО «Фабула» и по состоянию на «09» октября 2014 г. рекламно-информационный материал был удален со всех рекламных конструкций.

Таким образом, по мнению Общества, ООО «Фабула», предоставив документы без обозначения 33 класса товаров, ввело ООО «Рекламные технологии» в заблуждение по вопросу действительного рекламируемого товара под знаком «ТЕЛЬНЯШКА».

Комиссия Новосибирского УФАС России, считает данную позицию ошибочной, поскольку ООО

«Рекламные технологии» является профессиональным участником рынка, рекламораспространителем на протяжении длительного времени осуществляет свою деятельность на территории г. Новосибирска, и в соответствии с требованиями ст. 38 Закона о рекламе, несет ответственность за размещение ненадлежащей рекламной информации.

Таким образом, с учетом изложенного, ООО «Рекламные технологии» (630099, г. Новосибирск, ул. Депутатская, д. 48, ИНН 5406225935) является ответственным за допущенное нарушение Закона о рекламе.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Рекламные технологии» (юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Депутатская, д. 48, ИНН 5406225935) нарушившим требования п.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе: реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их,

а информацию, размещенную в октябре 2014 г. в г. Новосибирске на конструкциях стабильного территориального размещения, расположенных по следующим адресам:

- ул. Гоголя, 8 – Красный пр. 63 («Дом офицеров»);
- ул. Депутатская, 46 - ул. Орджоникидзе, 46;
- Красный пр., 165 (ДК «Прогресс») в город;
- Красный пр., 232/1 (№ 1 из города);
- Красный пр. (ост. «Автовокзал»);
- ул. Северная – Красный пр. (ТЦ «Большая медведица»);
- ул. Титова, д. 18,

следующего содержания: «Тельняшка \_ Изготовлено в России \_ Крепче только дружба», ненадлежащей рекламой.

2. Выдать ООО «Рекламные технологии» предписания об устранении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 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 \_\_\_\_\_ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии

\_\_\_\_\_ Е.А. Скоп

\_\_\_\_\_ Д.А. Былина

ПРЕДПИСАНИЕ № 1  
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«11» февраля 2015 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 11 февраля 2015 г. по делу № 253/14 о признании информации, размещенной в октябре 2014 г. на территории г. Новосибирска на конструкции стабильного территориального (адрес: ул. Гоголя, 8 – Красный пр. 63 («Дом офицеров»), ненадлежащей рекламой,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Рекламные технологии» (юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Депутатская, д. 48, ИНН 5406225935) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований п.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе: реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, в том числе рекламы, следующего содержания:

«Тельняшка \_ Изготовлено в России \_ Крепче только дружба».

2. ООО «Рекламные технологии» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания, в срок до «27» февраля 2015 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

\_\_\_\_\_ Т.В. Лопаткина

Члены  
Комиссии

\_\_\_\_\_ Е.А. Скоп

\_\_\_\_\_ Д.А. Былина