

РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/76

16 октября 2015 г.

г. Хабаровск

миссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, и.о. руководителя управления;

члены Комиссии:

<...>, главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...>, ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

рассмотрев дело № 4-05/76 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «СТ-Гамма» по факту распространения рекламы алкогольной продукции, в присутствии <...> – представителя ООО «СТ-Гамма» (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

в адрес Хабаровского УФАС России поступило обращение Уполномоченного по правам ребенка в Хабаровском крае <...> (вх. № 4/9023 от 14.09.2015) о размещении на адресу: г. Хабаровск, ул. Шелеста, 85, стенда, полотно которого содержит резки для лиц, изображение логотипа магазина «Столица», героев мультфильма «Мадагаскар» и слоган «С друзьями всегда веселее».

По результатам рассмотрения заявления установлено следующее.

В соответствии с определением, содержащимся в свободной универсальной интернет-энциклопедии «Википедия», стенд, выполненный в виде щита или каркаса, натянутого холстом, и содержащий отверстия для лица (рук, ног), изображения персонажей в разнообразных позах и ситуациях на фоне различных пейзажей и терьеров, называется «Тантамареска».

Тантамареска является одним из видов рекламных конструкций, используемых в различных акциях.

В конкретном случае фотостенд, содержащий ростовые фигуры персонажей мультфильма «Мадагаскар», вызывает желание подойти и сфотографироваться, то есть, имеет цель привлечь внимание ко всей информации, содержащейся на лотне.

Рассматриваемая переносная конструкция размещена в месте нахождения комаркета «Столица», специализирующегося на реализации алкогольной

одукции.

«мимо тантамарески на фасаде здания над входом в указанный магазин размещена щитовая конструкция «Официальный дистрибьютор «Столица». Мы контролируем качество и цены» и вывеска с аналогичным названием, на которой указаны наименование организации, адрес и режим ее работы.

«и оценке данных конструкций на соответствие Федеральному закону «О рекламе» необходимо учитывать следующее.

«Согласно [пункту 15](#) информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе" вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела.

«Согласно [пунктам 2 и 5 части 2 статьи 2](#) Федерального закона «О рекламе» названный [Закон](#) не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательной в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не держащие сведений рекламного характера.

«Согласно [статье 9](#) Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

«Сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации ([пункт 1](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»).

«Содержание информации такого рода состоит в извещении неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении юридического лица и обозначении места входа.

«Согласно [пункту 1](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58, в соответствии с разъяснениями Федеральной антимонопольной службы, держащейся в письме 28.11.2013 № АК/47658/13 «О квалификации конструкций в качестве рекламных или информационных», указание в месте нахождения предприятия коммерческого обозначения, в том числе не совпадающего с наименованием организации, также предназначено для идентификации магазина для потребителей и не является рекламой.

«Указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, в том числе, если такое указание осуществляется с использованием товарного знака или его части, а также профиля деятельности и перечня оказываемых услуг, не может рассматриваться в качестве рекламы, соответственно на такую информацию не распространяются требования [Закона](#) о рекламе.

«Однако при решении вопроса о размещении на здании обязательной для потребителей информации или рекламы, следует принимать во внимание ее целевое значение и обстоятельства размещения такой информации на здании. Если

левым назначением сведений о наименовании организации и виде ее деятельности является информирование о месте нахождения организации (в том числе с учетом помещения, занимаемого организацией в здании), то такие сведения могут быть квалифицированы как реклама.

ким образом, системный анализ указанных норм свидетельствует о том, что указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, в том числе, если такое указание осуществляется с использованием товарного знака, логотипа («Столица»), профиля деятельности («Алкомаркет») и перечня оказываемых услуг («Официальный дистрибьютор»), не может рассматриваться в качестве рекламы, соответственно, на такую информацию не распространяются требования федерального закона «О рекламе».

змещение на вывеске названия (коммерческого обозначения) организации, информации о режиме работы, наименования юридического лица непосредственно в месте реализации товара, также не является рекламой, поскольку такая информация не преследует рекламных целей.

месте с тем, дополнительной оценке подлежит содержание и цель размещения в месте нахождения алкомаркета «Столица» фотографического стенда «С друзьями всегда веселее».

инная конструкция в верхнем левом углу содержит изображение логотипа «Столица».

азанное название используется в качестве коммерческого обозначения сетью магазинов «Столица», специализирующихся на продаже спиртных напитков.

ким образом, в сознании потребителей название «Столица», содержащееся на стенде, ассоциируется с торговой точкой – алкомаркетом с аналогичным названием.

ассоциацию названия «Столица» на фотостенде с торговой точкой по реализации алкогольной продукции усиливают тот факт, что и на магазине, и на стенде слово «Столица» в цветовом решении и стилистически выполнено одинаково.

оме того, данную ассоциацию подтверждает заявление в антимонопольный орган полномочного по правам ребенка в Хабаровском крае, по мнению которой инная конструкция привлекает детей для фотографирования, провоцируя таким образом любопытство среди несовершеннолетних к употреблению алкоголя.

нтамареска «С друзьями всегда веселее» является большой и ярко оформленной и держит элементы, направленные на привлечение внимания потребителей – обращена на улицу и адресована не только лицам, которые непосредственно мерены посетить алкомаркет «Столица» и хотели бы найти вход, но и определенному кругу лиц, осуществляющих движение по улице; содержит изображения рисованных мультяшных персонажей.

аза «С друзьями всегда веселее» носит явно выраженную эмоциональную окраску (использован восклицательный знак, текст набран заглавными буквами) и обращена к каждому лицу лично, поскольку размещена на улице.

инное словосочетание создает положительное восприятие организации, работающей под торговой маркой «Столица» - алкомаркета «Столица».

следовательно, с учетом размера и стилистического оформления конструкция с изображением рядового потребителя зрительно воспринимается вместе с изображением коммерческого обозначения «Столица», используемого в своей деятельности предприятиями по продаже вино-водочной продукции.

Согласно с [п. п. 1, 2 ст. 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама - форма, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) гражданина, 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 которому направлена реклама.

Таким образом, проанализировав внешний вид тантамарески, можно сделать вывод, что характер оформления данного объекта является ничем иным, как мерой, направленной на привлечение внимания неопределенного круга лиц, формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования, в данном случае - к коммерческому обозначению «Столица», используемому сетью алкомаркетов.

Согласно [ч. 4 ст. 2](#) Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные названным [законом](#) в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно относится к товару, в отношении рекламы которого [законом](#) установлены специальные требования и ограничения.

Согласно с пунктом 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в нестационарных залах таких торговых объектов.

Из данной нормы следует, что реклама алкоголя должна быть размещена таким образом, чтобы быть направленной непосредственно на потребителей, находящихся в торговых залах продаж данной продукции.

В спорном случае размещение рекламы магазина «Столица», реализующего, в том числе, крепкую алкогольную продукцию, на улице у входа в магазин, дает возможность для восприятия ее потребителями, находящимися вне места продажи алкоголя. Данная реклама формирует интерес лиц к спиртным напиткам, имеющих намерение приобрести спиртную продукцию.

Следовательно, такая реклама нарушает положения пункта 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» и является ненадлежащей.

Согласно пункту 6 части 1 названной статьи реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Этот стенд «С друзьями всегда веселее» содержит изображения животных – персонажей анимационного фильма «Мадагаскар», что является нарушением указанных требований.

Согласно тому, пунктом 5 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что реклама алкогольной продукции не должна обращаться к несовершеннолетним.

Как отмечено выше, цель тантамарески – чтобы люди заинтересовались и начали с ней фотографироваться.

В данном случае приложенная заявителем на обозрение фотокопия рекламной инструкции свидетельствует о том, что на полотне прорези для лиц сделаны на уровне детского роста, то есть стенд изначально предназначен для фотографирования детей на фоне рекламы продавца алкогольной продукции, что противоречит указанным требованиям.

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Вружная реклама «Столица». «С друзьями всегда веселее» размещена в месте хождения алкомаркета «Столица» (г. Хабаровск, ул. Шелеста, 85) и осуществления деятельности ООО «СТ-Гамма», следовательно, названное общество является лицом, в чьих интересах распространена реклама, то есть, рекламодателем.

При рассмотрении дела ООО «СТ-Гамма» представлены пояснения (вх. № 4/1071 от 10.10.2015 г.), из которых следует, что цель установки тантамарески заключается в том, чтобы отвлечь детей от посещения алкомаркета вместе с родителями, а логотип «Столица» играет роль идентифицирующего признака принадлежности стенда во избежание его хищения.

Приведенные доводы Комиссией отклонены по следующим основаниям.

Установка фотостенда с изображением персонажей популярного мультфильма с прорезями для лиц на уровне детского роста вызывает желание у детей фотографироваться.

Фотография, как результат переноса изображений объектов на бумагу или цифровой носитель, позволяет запечатлеть различные события на длительный период.

Таким образом, фотографии, сделанные с помощью Тантамарески у входа в алкогольный магазин, долго будут напоминать об алкомаркете «Столица».

Согласно тому, идея размещения тантамарески с целью отвести детей в сторону от посещения алкомаркета, на деле реализована таким образом, что полномочный по правам ребенка в Хабаровском крае усмотрела в этих действиях провоцирование у несовершеннолетних любопытства к употреблению алкоголя, что побудило ее обратиться с заявлением в антимонопольный орган.

Что касается использования логотипа «Столица» в качестве маркировки объекта, то это изображение, выполненное в полном соответствии с коммерческим обозначением алкомаркета «Столица», направлено на привлечение внимания к торговой точке,

ециализирующейся на продаже алкоголя.

ководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения монопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей щитовую наружную рекламу, содержащую прорези для лиц, изображения героев мультфильма «Мадагаскар» на фоне логотипа магазина «Толица», слоган «С друзьями всегда веселее», размещенную по адресу: г. Хабаровск, ул. Шелеста, 85, поскольку в ней нарушены требования пунктов 5 и 6 статьи 1, части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Выдать ООО «СТ-Гамма» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Предписание изготовлено в полном объеме 16 октября 2015 г.

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

Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

16 октября 2015 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – <...>, и.о. руководителя управления;

Члены Комиссии:

>, главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

>, ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

на основании своего решения от 16 октября 2015 года по делу № 4-05/76 о признании ненадлежащей рекламы, содержащей прорези для лиц, изображения героев

фильма «Мадагаскар» на фоне логотипа магазина «Столица» и слоган «С друзьями всегда веселее» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 и 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

ОО «СТ-Гамма» (ИНН 2723175415, место нахождения: 680005, г. Хабаровск, ул. Публиканская, 17) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить распространение рекламного стенда (тантамарески), полотно которого имеет прорези для лиц, изображение логотипа магазина «Столица», героев фильма «Мадагаскар» и слоган «С друзьями всегда веселее».

ОО «СТ-Гамма» (ИНН 2723175415 место нахождения: 680005, г. Хабаровск, ул. Публиканская, 17) представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 02 ноября 2015 г.

в случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с п. 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати до пятидесяти тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).