

РЕШЕНИЕ  
по делу №Р-1/12-5

езолютивная часть решения оглашена 27 февраля 2012 года.

ешение в полном объеме изготовлено 11 марта 2012 года.

омиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Адыгея о рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель комиссии: Женетль Аслан Шаханович – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Адыгея (далее - Управление);

лены комиссии:

очиев Батыр Бесланович – начальник отдела контроля размещения государственного заказа и антимонопольного контроля органов власти Управления;

тамсиров Рустам Русланович – ведущий специалист-эксперт Управления;

довина Ольга Юрьевна – ведущий специалист-эксперт Управления,

ассмотрев дело №Р-1/12-5 по признакам нарушения ООО «Лимонадная фабрика Майкопская» (г. Майкоп, ул.Промышленная, 28), части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), по факту распространения рекламы минеральной воды «Майкопская», в присутствии представителя ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» <...>, по доверенности №21 от 01.02.2012, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

<...>

УСТАНОВИЛА:

ри осуществлении постоянного контроля за соблюдением Закона о рекламе, были выявлены признаки нарушения части 3 статьи 5 Закона о рекламе. Признаки нарушения выразились в распространении рекламы минеральной воды «Майкопская», на 1 странице газеты «Анонс программа ТВ» №51 (870) от 21.12.2011, а также на рекламных конструкциях, расположенных в г. Майкопе, по адресу ул. Промышленная, 28 и на рекламной конструкции, установленной в г. Майкопе, западная часть города, ул. Димитрова (перед №45 «Кровельный центр»), следующего содержания: «Вода минеральная питьевая природная лечебно-толовая гидрокарбонатная натриевая газированная МАЙКОПСКАЯ Олимпийское качество» с изображением бутылки минеральной воды «Майкопская» и лыжника,

пускающегося со склона горы (вышеуказанная газета и фотографии имеются в деле).

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама – это 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.

Распространяемая информация о минеральной воде «Майкопская», попадает под определение рекламы и содержит все ее признаки: адресована неопределенному кругу лиц, является публичной и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, распространяется с помощью СМИ и средств стабильного территориального размещения (отдельно стоящая рекламная конструкция). Объектом рекламирования в данном случае является минеральная вода «Майкопская».

В соответствии с частью 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения.

В рассматриваемой рекламе использована олимпийская символика в виде словосочетания «Олимпийское качество».

Владелец товарного знака в виде словесного обозначения «OLIMPIJSKI» (транслитерация «Олимпийский») совмещенного с изображением пяти переплетающихся колец на основании международной регистрации с указанием Российской Федерации №1019494 является Международным олимпийским комитетом (далее - МОК), в отношении товаров и услуг с 1 по 45 классы Международной классификации товаров и услуг (МКТУ), в том числе 37 класса МКТУ – строительство. Представителем МОК на территории Российской Федерации по вопросам защиты прав на объекты интеллектуальной собственности является АНО «Оргкомитет «Сочи 2014».

В соответствии с частью 1 статьи 7 Федерального закона от 01.12.2007 №310-ФЗ «Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г.Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Закон об олимпиаде), для целей настоящей статьи под олимпийской символикой понимаются наименования «**Олимпийский**», «Олимпиада», «Сочи 2014», «Olympic», «Olympian», «Olympiad», «Olympic Winter Games», «Olympic Games», «Sochi 2014» **и образованные на их основе слова и словосочетания**, олимпийские символ, огонь, факел, флаг, гимн, девиз, а также эмблемы, символы и сходные с ними обозначения Олимпийских игр и олимпийских игр, предшествующих им и следующих за ними. Под паралимпийской символикой понимаются наименования «Паралимпийский», «Паралимпиада», «Paralympic», «Paralympian», «Paralympiad», «Paralympic Winter Games», «Paralympic Games» и образованные на их основе слова и словосочетания, паралимпийские символ, флаг, гимн, девиз, а также эмблемы, символы и сходные с ними обозначения Паралимпийских игр и паралимпийских игр, предшествующих им и следующих за ними. К олимпийской символике и паралимпийской символике относятся также произведения изобразительного искусства, музыкальные, литературные и иные произведения, поддерживающие олимпийскую символику и (или) паралимпийскую символику или ее

лементы и предназначенные для обозначения Олимпийских игр и Паралимпийских игр, а также олимпийских игр и паралимпийских игр, предшествующих им и идущих за ними.

В соответствии с частью 2 статьи 7 Закона об олимпиаде, использование олимпийской символики и (или) паралимпийской символики, в том числе для обозначения юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, производимых товаров, выполняемых работ, оказываемых услуг (в фирменных наименованиях, коммерческих обозначениях, товарных знаках, знаках обслуживания, наименованиях мест происхождения товаров), в составе доменных имен и иным способом, если такое использование создает представление о принадлежности указанных лиц к Олимпийским играм и Паралимпийским играм, допускается только при условии заключения соответствующего договора с Международным олимпийским комитетом (или) Международным паралимпийским комитетом или уполномоченными ими организациями.

полномоченной Международным олимпийским комитетом и Международным паралимпийским комитетом организацией на территории Российской Федерации является АНО «Оргкомитет «Сочи 2014».

В своем письменном объяснении от 19.02.2012 б/н представитель ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» <...>, действующий на основании вышеуказанной доверенности, признал факт распространения вышеуказанной рекламы в указанных местах, однако не признал факт нарушения, указав, что в наименовании товара отсутствует слово «Олимпийский» или иные словообразования на его основе. Словосочетания или фразы «Олимпийское лето», «Олимпийское здоровье», «Олимпийское качество», «Олимпийский огонь», «Олимпийский настрой», по мнению ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» являются прилагательными и не несут никакой информации о причастности ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» к Олимпийским или паралимпийским играм в Сочи.

<...>

Изображение спускающегося с горы лыжника, также никакого отношения к олимпийской символике и утвержденным талисманам не имеет.

Также <...> к объяснению приложена судебная практика.

Кроме того, представлены Приложение №2 к договору на размещение информационных материалов №Г69-07-11 от 15.08.2011 заключенного ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» как рекламодателя с рекламодателем ИП <...> на распространение информационных материалов в газете «Анонс программа ТВ», а также паспорт рекламного места, принадлежащего ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская», установленного в г. Майкопе, Западная часть города, ул. Димитрова (перед №45 «Кровельный центр»).

Из устного объяснения <...> следует, что ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» не заключало никаких договоров на использование олимпийской символики ни с ЮОК, ни с АНО «Оргкомитет «Сочи 2014».

В связи с необходимостью изучения дополнительно представленных материалов, сессией объявлен перерыв до 11 час. 00 мин. 27.02.2012.

7.02.2012 рассмотрение дела было продолжено.

а очередное заседание Комиссии, представителем ООО «Лимонадная фабрика Майкопская» <...> представлено дополнение от 27.02.2012 б/н к ранее представленному объяснению, в котором внимание членов Комиссии обращено на следующее:

. Согласно определению №204 от 06.02.2012, имеются признаки того, что ООО Лимонадная фабрика «Майкопская», в нарушение части 3 статьи 5 Закона о рекламе, распространяет недостоверную информацию в рекламе. Но указанная часть 3 статьи 5 имеет 20 пунктов ни один из которых ООО «Лимонадная фабрика Майкопская» не нарушен;

. В регионе распространения и нахождения рекламных щитов, вообще отсутствует никакая либо реклама минеральной воды других производителей, следовательно не может идти и речи о недобросовестной конкуренции;

. Любое распространение рекламы (достоверной или недостоверной) предполагает наступление последствий, то есть получение преимуществ перед конкурентами, достижение роста объема продаж и, следовательно, доходов. Но согласно данным бухгалтерского учета, предприятие от размещения упомянутой в определении рекламы не достигло, каких либо отрицательных последствий для кого-либо не наступило, что легко устанавливается на месте осуществления деятельности с приложением анализа продаж за период до распространения рекламы и во время ее распространения).

зучив все материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам:

соответствии с частью 1 статьи 7 Закона об олимпиаде, наименование Олимпийский» и образованные на его основе слова и словосочетания являются олимпийской символикой.

соответствии с частью 2 статьи 7 Закона об олимпиаде, использование олимпийской символики и (или) паралимпийской символики, допускается только при условии заключения соответствующего договора с МОК или уполномоченными им организациями.

Согласно пункту 2 части 1 статьи 5 Закона об олимпиаде АНО «Оргкомитет «Сочи 2014» осуществляет защиту принадлежащих МОК прав на объекты интеллектуальной собственности.

ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская», не заключало договор на использование олимпийской символики и зарегистрированных товарных знаков ни с МОК, ни с АНО Оргкомитет «Сочи 2014».

соответствии с частью 3 статьи 7 Закона об олимпиаде использование олимпийской символики и (или) паралимпийской символики с нарушением требований [частей 2](#) и [2.1](#) настоящей статьи признается незаконным.

соответствии с пунктами 2 и 7 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, объекта рекламирования, а также об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и

риравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара.

представленная представителем ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» <...> удебная практика, не относится к сути рассматриваемого вопроса, поскольку в данном случае олимпийская символика используется исключительно в рекламе, а не связана с введением товара в хозяйственный оборот.

данном случае олимпийская символика используется только в рекламе. На родукции выпускаемой ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» олимпийская имволика не используется.

Отсутствие в регионе распространения и нахождения спорных рекламных щитов, акой либо рекламы минеральной воды других производителей, равно как и не достижение предполагаемых ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» лагоприятных последствий при распространении спорной рекламы, не освобождает от обязанности по соблюдению требований установленных Законом о екламе.

аким образом, в рассматриваемой рекламе, распространяемой на 1 странице азеты «Анонс программа ТВ» №51 (870) от 21.12.2011, а также на рекламных онструкциях, расположенных в г. Майкопе, по адресу ул. Промышленная, 28 и на екламной конструкции, установленной в г. Майкопе, Западная часть города, ул. димитрова (перед №45 «Кровельный центр»), использовалась олимпийская имволика, а именно словосочетание «Олимпийское качество», без согласования с ЮОК или АНО «Оргкомитет «Сочи 2014», что является нарушением пунктов 2 и 7 части статьи 5 Закона о рекламе, так как может создать впечатление о причастности ЮОО «Лимонадная фабрика «Майкопская» к олимпийским играм, что не оответствует действительности.

соответствии с частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, азмещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования аконодательства Российской Федерации.

сходя из вышеизложенного следует, что в рассматриваемой рекламе нарушены ебования предусмотренные пунктами 2 и 7 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

силу пункта 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая ебованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за арушение требований, установленных частью 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет екламодабель.

екламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Лимонадная фабрика Майкопская».

соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, екламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о екламе влечет наложение административного штрафа.

уководствуясь частью 3 статьи 5, частями 1 и 2 статьи 36 Закона о рекламе и в

ответствии с пунктами 37-44 Правил рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

. Признать недостоверной рекламу минеральной воды «Майкопская» распространяющуюся на 1 странице газеты «Анонс программа ТВ» №51 (870) от 1.12.2011, а также на рекламных конструкциях, расположенных в г. Майкопе, по адресу ул. Промышленная, 28 и на рекламной конструкции, установленной в г. Майкопе, Западная часть города, ул. Димитрова (перед №45 «Кровельный центр»), рекламодателем которой является ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» следующего содержания: «Вода минеральная питьевая природная лечебно-столовая гидрокарбонатная натриевая газированная МАЙКОПСКАЯ Олимпийское качество» с изображением бутылки минеральной воды «Майкопская» и лыжника, спускающегося со склона горы, которая содержит не соответствующие действительности сведения, о характеристиках товара, что является нарушением требований пунктов 2 и 7 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

. В силу пункта 4 статьи 3 Закона о рекламе признать ненадлежащей рекламу минеральной воды «Майкопская» распространяющуюся на 1 странице газеты «Анонс программа ТВ» №51 (870) от 21.12.2011, а также на рекламных конструкциях, расположенных в г. Майкопе, по адресу ул. Промышленная, 28 и на рекламной конструкции, установленной в г. Майкопе, Западная часть города, ул. Димитрова перед №45 «Кровельный центр»), рекламодателем которой является ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» следующего содержания: «Вода минеральная питьевая природная лечебно-столовая гидрокарбонатная натриевая газированная МАЙКОПСКАЯ Олимпийское качество» с изображением бутылки минеральной воды «Майкопская» и лыжника, спускающегося со склона горы, поскольку в ней нарушены требования пунктов 2 и 7 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

. Выдать ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская» предписание о прекращении нарушения части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Адыгейского ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ООО «Лимонадная фабрика «Майкопская».

Решение может быть обжаловано в суд (арбитражный суд) в сроки, установленные законодательством Российской Федерации.