

## РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-17/21

06.12. 2017 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С. и главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

рассмотрев дело № 08-04-17/21 от 13.11.2017 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) в присутствии представителя комитета градостроительства и территориального развития г. Мурманска (далее-Комитет) по доверенности №209 от 05.12.2017 <...> и заявителя <...>,

### УСТАНОВИЛА:

16.10.2017 года в Мурманское УФАС России обратилась гражданка <...> по факту распространения в г. Мурманске на проспекте Героев Североморцев (в районе «Семеновского озера») социально направленного рекламного баннера: «Вместе мы Город-Герой!», при этом содержащего изображение отеля «Азимут», его логотип.

По информации заявителя, правообладателем торгового знака, изображенного в рекламе, является ООО «Азимут Хотелс Компани»(113105, Москва, Варшавское шоссе, 9, стр.1).

По мнению гражданки, администрация города нарушила рекламное и антимонопольное законодательство, разместив за бюджетные средства рекламный баннер отеля «Азимут», продвигая на рынке именно ООО «Азимут Хотелс Компани» и пренебрегая интересами иных предпринимателей, осуществляющих аналогичный бизнес. Гражданка считает, что надпись: «Вместе мы Город-Герой!» на рекламном баннере на фоне частной собственности вносит неправильное понимание в сознание жителей города, т.е. вводит в заблуждение потребителей рекламы.

В соответствии с пунктами 2 и 3 статьи 3 Закона о рекламе:

объект рекламирования – 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;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу [части 4 статьи 10](#) Федерального закона "О рекламе" в социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением случаев, предусмотренных [частью 5 настоящей статьи](#).

В соответствии с [частью 5 статьи 10](#) Федерального закона "О рекламе" установленные [частью 4 настоящей статьи](#) ограничения не распространяются на упоминания об органах государственной власти и о спонсорах.

Комиссия в ходе рассмотрения дела изучила рекламу, представленные Комитетом документы и пояснения, заслушала позицию представителя Комитета и пришла к выводу, что при размещении рекламы комитетом градостроительства и территориального развития г. Мурманска в не соблюдены требования [части 4 статьи 10](#) Закона о рекламе и части 7 статье 5 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама, по смыслу законодательного определения рекламы, отвечает всем юридическим требованиям: распространена в виде баннера на проспекте Героев-Североморцев в г. Мурманске, направлена на неопределенный круг лиц.

Рекламный баннер содержит логотип компании ООО «Азимут Хотелс Компани», что привлекает внимание, и интерес к объекту рекламирования отелю «Азимут», продвигает объект рекламы.

Установлено, что на официальном сайте <http://www1.fips.ru/> ФГБУ Федерального института промышленной собственности размещена информация о регистрации товарного знака, знака обслуживания 387561, изображенного в спорной рекламе, правообладателем которого является ООО «Азимут Хотелс Компани» (Москва, Варшавское шоссе, 9, стр.1,2этаж., пом. VII).

Согласно письменным пояснениям Комитета, спорный рекламный материал был размещен как социальная наружная реклама в рамках празднования 101 годовщины города Мурманска, по муниципальному контракту №8/2017 от 27.07.2017, в результате муниципальной закупки (реестровый номер закупки173519091307651900100100110137311244 в информационной системе в сфере закупок zakupki.gov.ru).

Источник финансирования бюджет муниципального образования город Мурманск на 2017 год: ведомственной подпрограммы «Социальная наружная реклама города Мурманска» на 2014-2019 годы муниципальной программы города Мурманска «Градостроительная политика» на 2014-2019 годы, утвержденной постановлением администрации города Мурманска № 3229 от 12.11.2013, ассигнования на 2017 год.

Макеты социальной рекламы, предназначенные к размещению в День 101 годовщины празднования города Мурманска, содержали фотографии особо

значимых градостроительных объектов г. Мурманска, памятников и панорамных видов г. Мурманска, в том числе и здание отеля «Азимут», расположенного на проспекте Ленина в г. Мурманске.

По мнению Комитета, объект, расположенный в центре города на площади «Пять углов» является визитной карточкой г. Мурманска, в этой связи изображение отеля было выбрано и утверждено в макете, предназначенном к распространению в виде баннерной социальной рекламы размером 3х6 на проспекте Героев Североморцев по стороне «Семеновского озера» при движении на север.

Акт приемки передачи б/н от 25.08.2017 рекламных материалов по муниципальному контракту № 8/2017 от 27.07.201 принят от лица Комитета начальником отдела наружной рекламы, без претензий срокам, объемам и качеству выполнения.

Начальник отдела наружной рекламы комитета градостроительства и территориального развития администрации города Мурманска <...>, согласно должностной инструкции от 01.02.2017 г., участвует в разработке и реализации городских программ по комплексному художественному оформлению города Мурманска, размещении социальной наружной рекламы на территории муниципального образования города Мурманска, несёт ответственность за выбор макетов, их утверждение.

<...> объяснила комиссии, что гостиница «Артика», ныне отель «Азимут», у неё ассоциируется с привлекательным местом города, его достопримечательностью, поэтому при выборе макетов социальной рекламы к 101 годовщине города, выбор пал на панорамный вид площади «пять углов» с видом отеля, при этом, обладая значительным опытом в размещении наружной рекламы, не обратила внимание на то, что в кадр попал логотип отеля «Азимут».

<...> признает, что была невнимательна, и допустила правонарушение без злого умысла, и просит учесть, что не преследовала целью продвинуть отель «Азимут» и пренебречь деятельностью иных субъектов, осуществляющих аналогичную деятельность.

Согласно [пункту 11 статьи 3](#) Федерального закона "О рекламе" под социальной рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

[Пунктом 1 статьи 10](#) Закона о рекламе предусмотрено, что рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические лица, юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.

В силу [части 4 статьи 10](#) Федерального закона "О рекламе" в социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением случаев, предусмотренных [частью 5 настоящей статьи](#).

В соответствии с [частью 5 статьи 10](#) Федерального закона "О рекламе" установленные [частью 4 настоящей статьи](#) ограничения не распространяются на упоминания об органах государственной власти и о спонсорах.

В рассматриваемой рекламе используются изображения товарного знака ООО «Азимут Хотелс Компани», являющегося средством индивидуализации компании, однако отсутствует информация, которая свидетельствовала бы о благотворительных и иных общественно полезных целях, а также об обеспечении интересов государства, на достижение которых направлена реклама.

Отличительным признаком социальной рекламы является ее некоммерческое, социальное содержание, направленность на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Социальная реклама, предназначенная к размещению в День 101 годовщины празднования города Мурманска не отвечала требованиям социальной рекламы и вводила потребителей в заблуждение относительно содержащегося в рекламе логотипа юридического лица, тем самым нарушая требования [части 4 статьи 10](#) Закона о рекламе.

В силу части 7 статьи 5 закона о рекламе не допускается реклама, в которой [отсутствует](#) часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В рассматриваемом случае [часть 4 статьи 10](#) корреспондирует с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В связи с этим Комиссией принят во внимание пункт 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" (далее - постановление Пленума ВАС РФ N 58).

Из [пункта 28](#) постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" следует, что рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Потребитель, не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

В рассматриваемом случае присутствует противоречивость информации, т.к. в социальной рекламе имеется логотип юридического лица, которое не являлось спонсором и не принимало участия в благотворительных и иных общественно полезных мероприятиях г. Мурманска.

В этой связи для соблюдения информационного права потребителя рекламодаделец должен обеспечить соблюдение обязательных требований рекламного законодательства и в конкретном случае, при размещении социальной рекламы не допускать использование логотипа, идентифицирующего

юридическое лицо.

Таким образом, наружная социальная реклама: «Вместе мы Город-Герой!», содержащая изображение отеля «Азимут» с логотипом компании, размещенную в период с 04.10.2017 по 16.10.2017 в г. Мурманске на проспекте Героев Североморцев (в районе «Семеновского озера») не соответствует требованиям [части 4 статьи 10](#) и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение [часть 4 статьи 10](#) и часть 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ несет рекламодатель.

В ходе рассмотрения обращения установлено, что рекламодателем является Комитет градостроительства и территориального развития г. Мурманска (ИНН 5190913076, ОГРН 1105190000871, 183012, г. Мурманск, пр. Ленина, д.77), который является муниципальным заказчиком и утвердил рекламный макет к распространению.

<...> проинформировала Комиссию о том, что рекламный баннер со спорной рекламой демонтирован. Присутствующая на заседании заявительница подтвердила отсутствие рекламы с нарушением.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать наружную социальную рекламу: «Вместе мы Город-Герой!», содержащую изображение отеля «Азимут» с логотипом компании, размещенную в период с 04.10.2017 по 16.10.2017 в г. Мурманске на проспекте Героев Североморцев (в районе «Семеновского озера») ненадлежащей, нарушающей [часть 4 статьи 10](#) и часть 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Предписание не выдавать в связи с демонтажем рекламы.

3. Материалы дела передать должностному лицу для возбуждения административного производства по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Резолютивная часть решения объявлена 06 декабря 2017 года.

Решение изготовлено в полном объеме 13 декабря 2017 года.

В соответствии со статьей 37 Закона о рекламе, решение, антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Председатель комиссии:

И.Н.Попова

Члены комиссии:

А.С.Коптев

C.B.Mopoz