

Решение по делу №08-809/2014 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

Исх. РБ-08/20447 от 31.12.2014

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

<...>

рассмотрев дело №08-809/2014 возбужденное по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту распространении в эфире телеканала «Пятый» рекламы с текстом: «Isuzu настоящее японское качество, в дилерском центре малотоннажные автомобили Isuzu...Trucks for life» с признаками нарушения пункта 1 части 5, части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: представителя общества с ограниченной ответственностью «Торговый дом «ДТА-Центр» (423887, РТ, Тукаевский район, пос. Белоус, ул. Сосновая, д. 6 ИНН 1639026477) по доверенности №б/н <...>,

установила:

По результатам проведения плановой выездной проверки ООО «Интертелеком» на предмет соблюдения норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе») Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее — Управление) установлен факт распространения в эфире телеканала «Пятый» рекламы с текстом: «Isuzu настоящее японское качество, в дилерском центре малотоннажные автомобили Isuzu...Trucks for life», содержащий признаки нарушения пункта 1 части 5 статьи 5, части 11 статьи 5 Закона «О рекламе».

Согласно пункту 1 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе», в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

В соответствии с частью 11 статьи 5 Закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования законодательства о государственном языке Российской Федерации, законодательства об авторском праве и смежных правах.

По факту распространения рассматриваемой рекламы Управлением в отношении ООО «Торговый дом «ДТА-Центр» (423887, РТ, Тукаевский район, пос. Белоус, ул. Сосновая, д. 6 ИНН 1639026477) было возбуждено дело №08-809/2014 (исх. №РБ-08/18248 от 26.11.2014г.) по признакам нарушения пункта 1 части 5 статьи 5, части 11 статьи 5 Закона «О рекламе».

Во исполнение вышеуказанного определения о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе ООО «Торговый дом «ДТА-Центр» в адрес Управления направило письменные объяснения (вх. №13324 от 08.12.2014г.) с приложением истребуемых документов.

В ходе изучения представленных документов и сведений Управлением установлено, что рассматриваемая реклама распространялась на основании договора №011 от 04.03.2014г., заключенного между ООО «БИТ-ТВ» (Исполнитель) и ООО «Торговый дом «ДТА-Центр» (Заказчик). Из пункта 1.1 договора следует, что Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязательства по изготовлению и размещению на платной основе в соответствии с условиями настоящего договора в своих программных блоках предоставленной видеорекламы Заказчика. Исполнитель производит размещение рекламы на телеканале «Телекомпания СТВ» / Петербург – 5 канал» путем ее включения в специальные сетевые рекламные споты, которые являются неотъемлемой частью программных блоков.

Таким образом, рекламораспространителем данной рекламы является ООО «БИТ-ТВ», а рекламодателем - ООО «Торговый дом «ДТА-Центр».

Услуги по вышеуказанному договору были оплачены в полном объеме, заказчик претензий по срокам и качеству оказания услуг не имеет, что подтверждается платежным поручением №240 от 07.03.2014г. и актом выполненных работ №43 от 31.03.2014г.

Комиссия, изучив имеющиеся материалы дела №08-809/2014, заслушав выступление представителя, приходит к следующим выводам.

При рассмотрении данной категории дел антимонопольный орган руководствуется Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства № 508 от 17 августа 2006 года (далее – Правила), Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 (далее – Регламент).

К основным направлениям государственного контроля в сфере производства, размещения и распространения рекламы относятся предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение или нанести вред здоровью граждан.

Отношения в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Законом «О рекламе».

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средство 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.

Информация, распространявшаяся в эфире телеканала «Пятый» с текстом: «Isuzu настоящее японское качество, в дилерском центре малотоннажные автомобили Isuzu...Trucks for life» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц, преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Потребителями рекламы являются представители самых разных слоев нашего общества, социального положения, образования и возраста. Для многих из них обучение иностранному языку начинается и заканчивается на ступени обязательного общего образования в общеобразовательном учреждении. При этом известно, что иностранный язык быстро забывается, если им не пользоваться. Соответственно степень владения российскими гражданами иностранным языком может варьироваться от самой низкой до виртуозной. Поэтому использованные в рекламе выражения на иностранном языке потребитель рекламы может не уяснить, и для него рекламная информация будет неполной и искаженной.

В соответствии с частью 6 статьи 1 Федерального закона от 01.06.2005 №53-ФЗ «О государственном языке в Российской Федерации», при использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается использование слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка, за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

Конституцией Российской Федерации закрепляет за русским языком статус государственного языка Российской Федерации (статья 65 Конституции Российской Федерации). Данный статус предполагает повсеместное использование русского языка. Русским языком свободно владеет подавляющее большинство граждан Российской Федерации. Он представляет собой важную коммуникационную основу целостности и единства России, выполняет интеграционную функцию в политической, социальной и культурной сферах, выступает в качестве символа государства.

В рассматриваемом рекламном видеоролике использованы выражения с иностранными словами, без перевода на русский язык, что нарушает требования законодательства о государственном языке Российской Федерации, а именно часть 11 статьи 5 и пункт 1 часть 5 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 11 статьи 5 Закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Указанное положение содержит отсылочную норму, предусматривающую необходимость соблюдения в рекламе требований законодательства Российской Федерации в любой сфере.

В соответствии с пунктом 1 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе» использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона №53-ФЗ от 01.06.2005 «О государственном языке в Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе.

Иностранный язык в рекламе допустим в двух случаях:

— если иностранное слово является охраняемым в РФ товарным знаком, оно может размещаться в рекламе без перевода (п. 3 ст. 3 Закона №53-ФЗ), но рекламодатель должен иметь право на его использование;

— если иностранное слово (слова) не является товарным знаком, то оно должно сопровождаться адекватным переводом на русский язык, выполненным в том же оформлении и манере.

Согласно сведениям из реестра товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации, находящемся в открытом доступе с сети «Интернет» по адресу <http://www1.fips.ru/>, правообладателем товарного знака «ISUZU», зарегистрированного под номером 128282, является Исузу Дзидося Кабусики Кайся, торгующий также как Исузу Моторс Лимитед, Токио (JP). Лицензиатами указанного товарного знака являются ОАО «Ульяновский автомобильный завод (432008, г. Ульяновск, Московское шоссе, д. 8) и ЗАО «Северстальавто – ИСУЗУ» (426300, РТ, Елабужский район, промзона «Алабуга», ул. 16.1, стр. 42/1).

Таким образом, Управление приходит к выводу о том, что ООО «Торговый дом «ДТА-Центр», выступая в качестве рекламодателя, не обладало правом на использование товарного знака «ISUZU» в рассматриваемой рекламе.

Кроме того, отсутствовал перевод на русский язык у не зарегистрированного в качестве товарного знака словосочетания «Trucks for life».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Закона «О рекламе за нарушение требований пункта 1 части 5 статьи 5 названного закона несет ответственность рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Руководствуясь пунктом 1 частью 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

решила:

Признать рекламу, распространявшуюся в эфире телеканала «Пятый», с текстом: «Isuzu настоящее японское качество, в дилерском центре малотоннажные автомобили Isuzu...Trucks for life» ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 5 статьи 5, части 11 статьи 5 Закона «О рекламе».

Предписание ООО «Торговый дом «ДТА-Центр» (423887, РТ, Тукаевский район, пос. Белоус, ул. Сосновая, д. 6 ИНН 1639026477) не выдавать, в связи с добровольным устранением допущенного нарушения.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «31» декабря 2014 года.

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