

РЕШЕНИЕ

по делу № 29/07-2011 о нарушении
пункта 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»

20 октября 2011 г. г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (Приморское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии: Белобородов М.В. – заместитель руководителя Приморского УФАС России;
члены Комиссии: Кромской С.В. – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, Марченко Н.Б. – главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,
рассмотрев 20 октября 2011 года дело № 29/07-2011, возбужденное по заявлению автономной некоммерческой организации «Организационный комитет XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г.Сочи» (далее – АНО «Оргкомитет «Сочи 2014») в отношении индивидуального предпринимателя Т. по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившимся в нарушения режима использования олимпийской символики в телевизионной рекламе спортивных магазинов «Columbia Footterra»,
в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя Т.,
в отсутствие извещенного о дате и времени рассмотрения дела заявителя – АНО «Оргкомитет «Сочи 2014», представившего ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие его представителей,

УСТАНОВИЛА:

11 августа 2011 года в Приморское УФАС России поступило заявление АНО «Оргкомитет «Сочи 2014», в котором сообщалось о факте нарушения режима использования олимпийской символики в рекламе спортивных магазинов «Columbia» (г.Владивосток), выразившегося в трансляции на региональных телеканалах (Пятый канал, Домашний, СТС, РЕН ТВ-Приморье, Россия 1, Первый канал), рекламного ролика указанных магазинов с использованием изображения пяти переплетающихся колец.

Заявитель сообщил, что в соответствии с федеральным законом от 01.12.2007 № 310-ФЗ «Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», изображение пяти переплетающихся колец относится к олимпийской символике. Кроме того, изображение пяти переплетающихся колец (олимпийский символ) является зарегистрированным на территории Российской Федерации товарным знаком, правообладателем которого, на основании международной регистрации № 788585, в отношении товаров и услуг с 1 по 45 класс Международной классификации товаров и услуг (МКТУ), является Международный олимпийский комитет (МОК). В соответствии с ч. 2 ст. 7 указанного федерального закона, использование олимпийской символики возможно исключительно на основании

договора с МОК или с уполномоченной МОК организацией. Представителем МОК на территории Российской Федерации по вопросам защиты прав на объекты интеллектуальной собственности является АНО «Оргкомитет «Сочи 2014».

Заявитель просил провести проверку для установления обстоятельств использования олимпийской символики в рекламном ролике и привлечь виновных лиц к ответственности.

В качестве доказательств распространения указанной рекламы заявитель представил: таблицу с информацией о трансляции рекламного ролика магазинов «Columbia» на телеканалах во Владивостоке за период с 11 по 17 июля 2011 года; запись транслировавшегося видеоролика; копию свидетельства о регистрации на территории Российской Федерации товарного знака, правообладателем которого на основании международной регистрации № 788585 в отношении товаров и услуг с 1 по 45 класс Международной классификации товаров и услуг является Международный олимпийский комитет.

В ходе рассмотрения указанного заявления, установлено следующее.

Торговую деятельность в спортивных магазинах «Columbia Footterra», расположенных в г. Владивостоке, осуществляет индивидуальный предприниматель Т. . Основной ассортимент реализуемых товаров – одежда и обувь для города и для активных видов спорта. Из представленных индивидуальным предпринимателем Т. объяснений следует, что свою предпринимательскую торговую деятельность в указанных магазинах она осуществляет на основании франчайзингового соглашения с компанией «Спортмастер» (г. Москва) – официальным представителем ТМ «Columbia» (США) в Российской Федерации. Индивидуальный предприниматель Т. пояснила, что летом 2009 года во время презентации ТМ «Columbia» в г. Москве она вместе с другими дилерами созданной сети магазинов «Columbia» получила в качестве поддержки для использования в рекламных целях CD-диск с 17-минутной записью видеоклипов спортивной тематики. По просьбе индивидуального предпринимателя Т. в 2010 году частным лицом из указанного видеоматериала был сформирован 14-секундный рекламный видеоролик, в который вошли части видеоклипов с характерной для Приморского края тематикой и финальные титры с указанием адресов магазинов «Columbia Footterra» в г. Владивостоке. При этом два использованных видеофрагмента содержали в правом верхнем углу изображение пяти переплетающихся колец. Индивидуальный предприниматель Т. сообщила, что не изготавливала и не давала поручений о включении в видеоролик изображения олимпийского символа (пяти переплетающихся колец), а использовала материал, полученный по условиям франчайзинга.

По договору индивидуального предпринимателя Т. с рекламными агентствами ООО «Алькасар Владивосток» (ТНТ и НТВ) и ЗАО «Видео-интернешнл-Приморье» («1 канал», «Россия», СТС, «Домашний», REN-TV, кабельная сеть «Подряд») указанный 14-секундный ролик в период с 11 по 17 июля 2011 года транслировался в телеэфире на территории Приморского края.

После 17 июля 2011 года с учетом состоявшегося телефонного разговора с компанией «Спортмастер» индивидуальный предприниматель Т. рекламные ролики с использованием олимпийской символики в телеэфире не размещала.

О результатах расследования заявитель был уведомлен письмом. В ответ в Приморское УФАС России поступило письмо АНО «Оргкомитет «Сочи 2014» с приложением письменного сообщения компании «Спортмастер» о том, что рекламный ролик, в котором используется олимпийская символика (изображение пяти переплетающихся колец) компанией Спортмастер не изготавливался и не передавался для распространения в СМИ ни каким третьим лицам, работающим

по договорам коммерческой концессии. При этом компания Спортмастер как официальный представитель подтвердила, что компания Columbia не имеет отношения к созданию и распространению указанного ролика.

В своем письме от 23.09.2011 АНО «Оргкомитет «Сочи 2014» сообщил, что в соответствии с положениями п.2 ч.1 ст. 8 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 городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», введение в заблуждение, в том числе создание ложного представления о причастности рекламодателя к Играм 2014 года, признается актом недобросовестной конкуренции. Заявитель отмечает, что реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с п. 4 ч.2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), признается недобросовестной.

Ответственность за недобросовестную рекламу несет рекламодатель.

В связи с указанными обстоятельствами заявитель просит привлечь рекламодателя рекламного ролика сети магазинов «Columbia» к ответственности в соответствии с действующим законодательством.

Определением от 30.09.2011 в отношении индивидуального предпринимателя Т. Приморским УФАС России было возбуждено дело № 29/07-2011 по признакам нарушения рекламного законодательства. 20.10.2011 в ходе рассмотрения указанного дела индивидуальный предприниматель Т. в дополнение к своим письменным объяснениям сообщила, что полностью признает факт нарушения рекламного законодательства, но просила учесть, что сделала это не умышленно, поскольку не обратила внимание на наличие в использованном видеоматериале олимпийского символа.

Рассмотрев представленные АНО «Оргкомитет «Сочи 2014» и индивидуальным предпринимателем Т. документы и материалы, Комиссия отмечает следующее. В соответствии с частью 3 статьи 40 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» особенности размещения (распространения) рекламы в период проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи определяются Федеральным законом от 01.12.2007 №310-ФЗ "Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации".

Вместе с тем, статьи 7 и 8 указанного Федерального закона № 310-ФЗ содержат нормы, действующие со дня вступления в силу указанного Федерального закона, а не только в период проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи.

Так, статья 7 «Использование олимпийской символики и паралимпийской символики» устанавливает, что:

1. 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, а также олимпийские символ, огонь, факел, флаг, гимн, девиз, эмблемы и символы предыдущих Олимпийских игр. Под паралимпийской символикой понимаются наименования "Паралимпийский", "Паралимпиада", "Paralympic", "Paralympian", "Paralympiad", "Paralympic Winter Games", "Paralympic Games" и образованные на их основе слова и словосочетания, а также паралимпийские символ, флаг, гимн, девиз, эмблемы и символы

предыдущих Паралимпийских игр. К олимпийской символике и паралимпийской символике относятся также произведения изобразительного искусства, музыкальные, литературные и иные произведения, содержащие олимпийскую символику и (или) паралимпийскую символику или ее элементы и предназначенные для обозначения Олимпийских игр и (или) Паралимпийских игр.

2. Использование олимпийской символики и (или) паралимпийской символики, в том числе для обозначения юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, производимых ими товаров, выполняемых работ, оказываемых услуг (в фирменных наименованиях, коммерческих обозначениях, товарных знаках, знаках обслуживания, наименованиях мест происхождения товаров) 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 и (или) Международным паралимпийским комитетом или уполномоченными ими организациями.

3. Использование олимпийской символики и (или) паралимпийской символики с нарушением требований части 2 настоящей статьи признается незаконным. В соответствии со статьей 8 «Обеспечение добросовестной конкуренции в связи с проведением Олимпийских игр и Паралимпийских игр» введение в заблуждение, в том числе создание ложного представления о причастности производителя товара, рекламодателя к Олимпийским играм и (или) Паралимпийским играм признаются недобросовестной конкуренцией и влекут наступление последствий, предусмотренных антимонопольным законодательством Российской Федерации. В соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством. В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестная реклама не допускается. Пунктом 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за недобросовестную рекламу несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 4 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе, продажа, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг.

В соответствии с частью 2 статьи 7 вышеназванного Федерального закона от 1.12.2007 № 310-ФЗ использование олимпийской символики возможно исключительно на основании договора с правообладателем – МОК или с уполномоченной им организацией – АНО «Оргкомитет «Сочи 2014».

Рассмотрев представленные документы и материалы, Комиссия пришла к следующему заключению. Индивидуальный предприниматель Т. с целью рекламы магазинов «Columbia Footterra», расположенных в г. Владивостоке, использовала имеющиеся у нее материалы для создания 14-секундного рекламного видеоролика, в который вошли два фрагмента, содержавшие в правом верхнем углу изображение олимпийской символики – изображение пяти переплетающихся колец. По договору предпринимателя Т. с рекламными агентствами ООО «Алькасар Владивосток» (ТНТ и НТВ) и ЗАО «Видео-интернешнл-Приморье» («1 канал», «Россия», СТС, «Домашний», REN-TV, кабельная сеть «Подряд») указанный 14-секундный ролик в период с 11 по 17 июля 2011 года транслировался в телеэфире на территории Приморского края. Таким образом, индивидуальный

предприниматель Т. является рекламодателем видеорекламы, содержащей фрагменты с изображением олимпийской символики.

Правообладателем зарегистрированного на территории Российской Федерации товарного знака с изображением пяти переплетающихся колец на основании международной регистрации № 788585 является Международный олимпийский комитет, а его представителем на территории Российской Федерации по вопросам защиты прав на объекты интеллектуальной собственности является АНО «Оргкомитет «Сочи 2014».

Индивидуальный предприниматель Т. не заключила договор на использование в своих предпринимательских целях зарегистрированного вышеуказанного товарного знака с правообладателем - МОК или с его представителем АНО «Оргкомитет «Сочи 2014». В отсутствие указанного договора трансляция рекламы магазинов «Columbia Footterra» с изображением олимпийской символики на региональных телеканалах могло ввести потребителей рекламы в заблуждение, в том числе могло создать ложное представление о причастности индивидуального предпринимателя Т. как продавца спортивных товаров и как рекламодателя к Олимпийским играм и (или) Паралимпийским играм. Указанные действия противоречат требованиям пункта 4 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции», являются актом недобросовестной конкуренции, выразившимся во введении в оборот товаров с незаконным использованием в их рекламе результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации – зарегистрированного на основании международной регистрации № 788585 товарного знака с изображением пяти переплетающихся колец.

Таким образом, размещение на региональных телеканалах рекламы магазинов «Columbia Footterra», осуществлялось индивидуальным предпринимателем Т. с нарушением пункта 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», устанавливающей, что реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством, признается недобросовестной.

Реклама с нарушением требований рекламного законодательства в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является ненадлежащей, ее распространение не допускается.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец – индивидуальный предприниматель Т.

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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать действия индивидуального предпринимателя Т., выразившиеся в незаконном использовании в телевизионной рекламе магазинов «Columbia Footterra» товарного знака - олимпийского символа в виде изображения пяти переплетающихся колец, нарушении прав правообладателя – Международного олимпийского комитета, зарегистрировавшего на территории Российской Федерации указанный товарный знак на основании международной регистрации № 788585, и прав его представителя на территории Российской Федерации - АНО «Оргкомитет «Сочи 2014», актом недобросовестной конкуренции, противоречащим

пункту 4 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции»,

2. Признать ненадлежащей недобросовестную рекламу магазинов «Columbia Footterra» с незаконным использованием товарного знака – олимпийского символа, распространявшуюся по договору с индивидуальным предпринимателем Т. в период с 11 по 17 июля 2011 года на региональных телеканалах в г. Владивостоке, поскольку она признана актом недобросовестной конкуренции, и распространение которой в соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается.

3. В связи с прекращением с 18 июля 2011 года трансляции на телевидении рекламного ролика магазинов «Columbia Footterra» с незаконным использованием олимпийского символа предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе» индивидуальному предпринимателю Т. не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Приморского УФАС России для возбуждения в отношении индивидуального предпринимателя Т. дела об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.