

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу № 06-16/15

об административном правонарушении

«03» марта 2015 г.

г. Новосибирск

Я, заместитель руководителя - начальник отдела рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области Т.В. Лопаткина, рассмотрев протокол № 06-16/15 от «11» февраля 2015 г. об административном правонарушении и материалы административного дела, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Рекламные технологии» (юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Депутатская, д. 48, ИНН 5406225935, ОГРН 1025402492059 от 26.12.2002 г.), по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 29.4 КоАП РФ,

в отсутствие представителя Общества с ограниченной ответственностью «Рекламные технологии» (представитель не явился, уведомлен надлежащим образом, заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя (вх. № 1637 от 25.02.2015 г.)),

УСТАНОВИЛ:

В Новосибирское УФАС России поступили обращения гр. «...» (вх. № 4717 э от 1.10.2014 г., № 4740э от 02.10.2014 г.), «...» (вх. № 4793 от 8.10.2014 г., № 4993 от 20.10.2014 г., № 11630 от 27.10.2014 г., переданное в ФАС России), гр. «...» (вх. № 4886э от 23.10.2014 г.) по факту размещения на территории г. Новосибирска на рекламных конструкциях информации, по мнению заявителей, водки «Тельняшка» с признаками нарушения законодательства РФ о рекламе.

Новосибирским УФАС России в ходе рассмотрения данных обращений установлено следующее.

В октябре 2014 г. на территории г. Новосибирска на конструкциях стабильного территориального размещения распространялась рекламная информация следующего содержания:

«Тельняшка _ Изготовлено в России _ Крепче только дружба», указанная информация размещена на фоне узких бело-голубых полосок.

Согласно п.1 ст.3 Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе» от 16.03.2006 г., (далее - Закон о рекламе), реклама - 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. Рассматриваемая информация является рекламной.

Объектом рекламирования, согласно п.2 ст. 3 Закона о рекламе, является 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 (п.3 ст.3 Закона о рекламе).

Объектом рекламирования в данном случае является, в том числе, средство индивидуализации товара (его наименование) «Тельняшка» (товарный знак по свидетельству № 511274, зарегистрированный по классу № 33 – алкогольные напитки (за исключением пива), аперитивы, арак, бренди, вино, вино из виноградных выжимок, виски, водка анисовая, водка вишневая, джин, джестивы (ликеры и спиртные напитки), коктейли, кюрасо, ликер анисовый, ликеры, напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива, напитки алкогольные, содержащие фрукты, напитки спиртовые, напитки, полученные перегонкой, напиток медовый (медовуха), настойка горькая, настойка мятная, ром, сокэ, сидр грушевый, сидр, спирт рисовый, экстракты спиртовые, экстракты фруктовые спиртные, эссенции спиртовые; правообладатель – КПО Маркетинг Компани Лимител, Кипр).

Согласно подпункту "г" пункта 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2011 "О внесении изменений в Федеральный закон от 18.07.2011 N 218-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона "Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе" (далее - Закон N 218-ФЗ), с 1 июля 2012 года под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с ч.1 ст.19 Закона о рекламе, распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Согласно п.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах

зданий, строений, сооружений или вне их.

В соответствии с материалами дела, а также обращениями заявителей, водка «Тельняшка» (на стеклянную тару которой нанесено рассматриваемое изображение), выпускается и реализуется на территории РФ.

Таким образом, рассматриваемая рекламная информация представляет собой рекламу товарного знака, под которым выпускается товар (алкоголь), знакомый и узнаваемый потребителем, не зависимо от наличия на изображении самого товара - водки «Тельняшка».

Следовательно, на такую рекламу распространяются ограничения, установленные законодательством для рекламы алкогольной продукции, что является нарушением требований п.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований ч. 2 ст.21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель (ст. 38 Закона о рекламе).

В соответствии с п.7 ст.3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно материалам дела, рассматриваемая информация была размещена на основании Договора № 19-РТ на оказание услуг по распространению рекламно-информационных материалов наружной рекламы от 01.10.2014 г., заключенного между ООО «Рекламные технологии» (исполнитель) и ООО «Фабула» (заказчик).

По смыслу п. 1.1. указанного Договора исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги по распространению РИМ наружной рекламы, а заказчик обязуется принимать и оплачивать услуги исполнителя в порядке и в сроки, установленные данным договором.

ООО «Рекламные технологии» также представлено приложение № 5 к указанному договору, в котором указан перечень адресов, по которым в период с 01.10.2014 г. по 31.10.2014 г. была размещена указанная рекламная информация:

- ул. Гоголя, 8 – Красный пр. 63 («Дом офицеров»);
- ул. Депутатская, 46- ул. Орджоникидзе, 46;
- Красный пр., 165 (ДК «Прогресс») в город;
- Красный пр., 232/1 (№ 1 из города);
- Красный пр. (ост. «Автовокзал»);
- ул. Северная – Красный пр. (ТЦ «Большая медведица»);
- ул. Титова, д. 18.

Ответственность, согласно Договору от 01.10.2014 г., за соответствие рекламных материалов и их содержание, формы выражения действительности и действующему законодательству РФ, возложена на заказчика – ООО «Фабула».

На рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России представитель Общества пояснил, что в августе 2014 года к Обществу обратилось ООО «ФАБУЛА» за размещением своего рекламно-информационного материала с изображением надписи «ТЕЛЬНЯШКА» на фоне бело-синих горизонтальных полос.

На вопрос ООО «Рекламные технологии», что является в данном случае объектом рекламирования, представитель ООО «Фабула» пояснил, что Рекламно-информационный материал приурочен к прославлению праздника «День рождения русской тельняшки», отмечаемого 19 августа, и направлен на рекламу товаров, выпускаемых под данным товарным знаком.

ООО «Рекламные технологии», руководствуясь ст. 13 Закона о рекламе, запросило документы, подтверждающие рекламу определенных товаров под данным товарным знаком. В ответ на запрос ООО «Фабула» предоставило уведомление о поступлении заявки на регистрацию товарного знака (знака обслуживания) в Российской Федерации ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» от 09.06.2014 г. и 25.07.2014 г.

В соответствии с приложением к заявке от 09.06.2014 г. на регистрацию в качестве товарного знака комбинированного обозначения «ТЕЛЬНЯШКА» в перечень входят товары и услуги классов 18, 28, 29, 30, 35, 41, 43.

В соответствии с приложением к заявке от 25.07.2014 г. на регистрацию в качестве товарного знака комбинированного обозначения «ТЕЛЬНЯШКА» в перечень входят товары класса 18, 25, 29.

ООО «Фабула», ссылаясь на предоставленные документы, заверил ООО «Рекламные технологии», что рекламно-информационный материал не направлен на рекламирование видов товаров, запрещенных Законом о рекламе к распространению с использованием рекламных конструкций.

В связи с затянувшимся процессом выяснения объекта рекламирования рекламно-информационного материала ООО «Фабула», договор №19-РТ на оказание услуг по распространению рекламно-информационных материалов наружной рекламы с составлением протокола разногласий был заключен только «01» октября 2014 г.

В первые дни размещения рекламно-информационного материала ООО «Рекламные технологии» выяснило, что по данным Федеральной службы по интеллектуальной собственности, изображению товарного знака «ТЕЛЬНЯШКА» присвоен 33 класс МКТУ и перечень товаров и/или услуг (алкогольные напитки <...>).

Незамедлительно после получения данных сведений ООО «Рекламные технологии» начал производить демонтаж рекламно-информационного материала ООО «Фабула» и по состоянию на «09» октября 2014 г. рекламно-информационный материал был удален со всех рекламных конструкций.

Таким образом, по мнению Общества, ООО «Фабула», предоставив документы без обозначения 33 класса товаров, ввело ООО «Рекламные технологии» в заблуждение по вопросу действительного рекламируемого товара под знаком «ТЕЛЬНЯШКА».

Комиссия Новосибирского УФАС России, считает данную позицию ошибочной,

поскольку ООО «Рекламные технологии» является профессиональным участником рынка, рекламодателем на протяжении длительного времени осуществляет свою деятельность на территории г. Новосибирска, и в соответствии с требованиями ст. 38 Закона о рекламе, несет ответственность за размещение ненадлежащей рекламной информации.

Таким образом, с учетом изложенного, ООО «Рекламные технологии» (630099, г. Новосибирск, ул. Депутатская, д. 48, ИНН 5406225935) является ответственным за допущенное нарушение Закона о рекламе.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Решением Комиссии от 11.02.2015 г. ООО «Рекламные технологии» признано нарушившим требования п.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе: реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Время совершения административного правонарушения – октябрь 2014 г.

Место совершения административного правонарушения – г. Новосибирск.

Согласно пояснениям, представителя Общества «...» к Протоколу № 06-16/15 об административном правонарушении от 11.02.2015 г., она не согласна с протоколом, поскольку в момент распространения рекламы Общество не знало, что под товарным знаком «Тельняшка» подразумевается реклама алкоголя.

Общество запрашивало у рекламодателя документы о товарном знаке, однако рекламодатель представил документы, в которых 33 класс отсутствовал, в следствие чего Общество было введено заблуждение об объекте рекламирования. В противном случае Общество не стало бы размещать рекламу запрещенного законом объекта рекламирования.

Рассмотрев приведенные доводы, должностное лицо приходит к выводу, что они не свидетельствуют об отсутствии вины со стороны ООО «Рекламные технологии».

Согласно части 4 статьи 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 5 статьи 21 настоящего Федерального закона.

Информацию о зарегистрированных товарных знаках можно получить различными способами, в том числе путем обращения к реестрам, имеющимся на официальном сайте Роспатента, путем направления официальных запросов в Роспатент, путем обращения к патентным поверенным и т.д.

В данном случае у рекламодателя ООО «Рекламные технологии» имелась возможность по недопущению распространения ненадлежащей рекламы, однако все необходимые меры для этого не были приняты.

Согласно ч. 2 ст. 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

В силу ч. 3 ст. 2.1. Кодекса РФ об административных правонарушениях, назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

Согласно ч.1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Учитывая характер правонарушения, наличие смягчающих обстоятельств (нарушение совершено впервые, приняты меры по устранению нарушения), при отсутствии отягчающих обстоятельств, установленных ст. 4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, руководствуясь статьями 14.3, 23.48 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Рекламные технологии» (юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Депутатская, д. 48, ИНН 5406225935, ОГРН 1025402492059 от 26.12.2002 г.) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

2. Применить к ООО «Рекламные технологии» меру ответственности в виде административного штрафа в размере 110 000 (сто десять тысяч) рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную

силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях на р/с 40101810900000010001 в Сибирское ГУ Банка России по НСО в г. Новосибирске, БИК 045004001, получатель: УФК по Новосибирской области (Новосибирское УФАС России), ИНН 5405116098 / КПП 540501001, код БК 161 1 16 26000 01 6000 140, ОКТМО 50701000 назначение платежа: административный штраф за нарушение законодательства о рекламе.

Постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в соответствии со статьями 30.1-30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Заместитель руководителя управления-

начальник отдела рекламы

Т.В. Лопаткина

Постановление о назначении административного наказания выдано «___» _____ 2015 г.

Постановление о назначении административного наказания вступило в законную силу «___» _____ 2015 г.