

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-10.1/72-2012

13 декабря 2012 года

г. Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Шмакова Т.П., заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Морозов А.А. – начальник отдела рекламы;

Веретельник М.С. – главный специалист – эксперт отдела рекламы;

Цынгалова Е.А. – ведущий специалист – эксперт отдела рекламы;

Невойт Е.А. – специалист-эксперт отдела рекламы;

Ланшаков С.М. – специалист 1 разряда отдела рекламы,

рассмотрев дело № 06-10.1/72-2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <.....> рекламы, способом, противоречащим пункту 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП <.....>, извещенного надлежащим образом,

в присутствии руководителя отдела размещения наружной рекламы <.....>. (доверенность от 10.12.2012 № 6),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России 07.11.2012 поступило обращение физического лица по факту размещения на рекламной конструкции по ул. Маяковского в г.Омске рекламной информации: «ХАСКИ ЛЭНД. Этнокультурный центр народов севера. [www.huskyland.ru.t.\(495\)723-73-90.....](http://www.huskyland.ru.t.(495)723-73-90.....)».

По мнению заявителя, указанная реклама направлена на привлечение внимания к

алкогольной продукции – водке «Хаски», соответственно, реклама содержит признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального 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.

Как следует из сложившейся практики арбитражных судов, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара (пункт 16 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37).

В целях проверки доводов, изложенных в вышеуказанном заявлении и фиксации распространяемой рекламы, специалистами Омского УФАС России 07.11.2012 года в 16 часов 30 минут осуществлен выезд, в ходе которого установлено, что в районе дома № 82 по ул. Маяковского в г.Омске установлена рекламная конструкция № 11о (Компаньон), на которой размещена рекламная информация «ХАСКИ ЛЭНД. Этнокультурный центр народов севера. www.huskyland.ru. т.(495) 723-73-90.....».

При этом распространяемая реклама содержит изображение товарных знаков «Хаски», зарегистрированных на 33 класс МКТУ (алкогольная продукция).

Как установлено Омским УФАС России, на основании договора от 01.01.2011 № 1/11 ООО «Компаньон-РФ» передало в аренду ИП <.....> рекламные конструкции, в т.ч. рекламную конструкцию № 11о, расположенную в районе дома № 82 по ул. Маяковского в г.Омске.

Согласно информации индивидуального предпринимателя <.....> от 15.11.2012 № 61, информация «ХАСКИ ЛЭНД. Этнокультурный центр народов Севера.....» размещена им на основании договора оказания услуг от 10.10.2012 № 283, заключенного с ООО «ЕвроПрестиж» (г.Москва) и оплачена платежным поручением от 02.11.2012 № 206. Вышеуказанная информация размещалась в период с 01 по 30 ноября 2012 года на 14 рекламных конструкциях, установленных на территории города Омска, в т.ч. рекламной конструкции № 11о (приложение № 1 к договору № 283 от 31.10.2012).

В целях установления рекламодателя, в адрес ООО «ЕвроПрестиж» (105120, г.Москва, ул. Нижняя Сыромятническая, дом 10, строение 9, офис 7) направлен соответствующий запрос, однако согласно открытому интернет-источнику www.russianpost.ru (отслеживание почтовых отправок), по указанному адресу ООО «ЕвроПрестиж» отсутствует.

На запрос Омского УФАС России от ООО «Патентное агентство по изобретениям и товарным знакам» получена информация от 11.12.2012 № 219, из которой следует, что на территории Российской Федерации зарегистрировано несколько товарных знаков «Хаски».

Вместе с тем, графическое изображение слова «ХАСКИ», в букве «А» которого содержится отпечаток собачьей лапы, а также непосредственно отпечаток собачьей

лапы соответствует изображениям товарных знаков (№ 424056 и № 425711), зарегистрированным как товарные знаки 33 класса товаров МКТУ - «алкогольные напитки» (приложение № 2, 3 к информации ООО «Патентное агентство по изобретениям и товарным знакам» от 11.12.2012 № 219).

Согласно части 4 статьи 2 Федерального 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.

Таким образом, Омское УФАС России пришло к выводу о том, что информация «ХАСКИ ЛЭНД, Этнокультурный центр народов Севера.....» представляет собой рекламу товара (алкогольной продукции – водки «Хаски»), реклама которого запрещена данным способом (с использованием рекламных конструкций) и осуществляется под видом другого товара (Этнокультурного центра народов Севера), а графические изображения на рекламном баннере сходны до степени смешения с товарным знаком «ХАСКИ», в отношении рекламы которого Федеральным законом «О рекламе» установлены запреты и ограничения.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Индивидуальный предприниматель <.....> является рекламораспространителем (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»), т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу пункта 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований частей 2-4 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно информации индивидуального предпринимателя <.....> от 15.11.2012 № 61, должностным лицом, ответственным за размещение наружной рекламы и осуществлением контроля за соблюдением требований законодательства о рекламе является руководитель отдела размещения наружной рекламы <.....>.

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 ненадлежащей рекламу «ХАСКИ ЛЭНД, Этнокультурный центр народов с е в е р а . www.huskyland.ru. т.(495) 723-73-90.....», поскольку она содержит

графические изображения товарных знаков 33 класса товаров МКТУ (алкогольные напитки), и направлена, в т.ч., на привлечение внимания к товару – одноименной водке «Хаски».

2. Признать действия ИП <.....> по размещению рекламы способом, в отношении которого Федеральным законом «О рекламе» установлен запрет, нарушающими требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ИП <.....> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении руководителя отдела размещения наружной рекламы <.....> по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 06-10.1/72-2012

13 декабря 2012 года

г. Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Шмакова Т.П., заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Морозов А.А. – начальник отдела рекламы;

Веретельник М.С. – главный специалист – эксперт отдела рекламы;

Цынгалова Е.А. – ведущий специалист – эксперт отдела рекламы;

Невойт Е.А. – специалист-эксперт отдела рекламы;

Ланшаков С.М. – специалист 1 разряда отдела рекламы,

на основании своего решения от 13.12.2012 по делу № 06-10.1/72-2012 о признании действий ИП <.....> по размещению рекламы «ХАСКИ ЛЭНД. Этнокультурный центр

народов севера. www.huskyland.ru. т.(495) 723-73-90.....» нарушающими требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пунктом 3.56.1. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <.....> в срок до 25 декабря 2012 года прекратить нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», а именно: демонтировать рекламные изображения «ХАСКИ ЛЭНД. Этнокультурный центр народов севера. www.huskyland.ru. т.(495) 723-73-90.....», содержащие графические изображения товарных знаков 33 класса товаров МКТУ (алкогольные напитки).

2. Индивидуальному предпринимателю <.....> представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 27 декабря 2012 года.