

РЕШЕНИЕ № 226-80р

«11» ноября 2010 года

(дата принятия решения)

город Воронеж

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

Председателя Комиссии: <...>, члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 226-80р по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «Ньюс медиа-Рус» (125315, г. Москва, проспект Ленинградский, дом 80, 32, офис 15, ИНН 7743607800, ОГРН 5067746146210) (далее - ООО «Ньюс медиа-Рус») требований пунктов 2, 7, 8 части 3 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006г. N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»), в присутствии представителя ООО «Ньюс медиа-Рус» <...> и в отсутствие представителя АНО Оргкомитет «Сочи 2014» (не уведомлен надлежащим образом), **установила:**

27 апреля 2010 года в Воронежское УФАС России поступило заявление АНО «Оргкомитет «Сочи 2014», содержащее информацию о распространении с 02 февраля 2010 года по 26 февраля 2010 года на телевизионном канале «ТНТ-Губерния» (г. Воронеж) и с 10 февраля 2010 года по 24 февраля 2010 года на телевизионном канале «Домашний» (39 канал г. Воронежа) рекламы журнала «Жара» (ООО «Ньюс медиа - Рус») с использованием олимпийской символики в виде пяти переплетающихся колец одинакового размера, правообладателем которой является Международный олимпийский комитет на основании международной регистрации № 788585 от 24.09.2002.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»), информация, распространяемая с 02 февраля 2010 года по 26 февраля 2010 года на телевизионном канале «ТНТ-Губерния» (г. Воронеж) и с 10 февраля 2010 года по 24 февраля 2010 года на телевизионном канале «Домашний» (39 канал г. Воронежа), является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования (журнал «Жара» и ООО «Ньюс медиа-Рус»), поддерживает интерес к ним и способствует продвижению на рынке (далее - рассматриваемая реклама). К заявлению приложен компакт-диск с записью указанной выше рекламы.

Как указано в заявлении АНО «Оргкомитет «Сочи 2014», ни Международный олимпийский комитет, ни АНО «Оргкомитет «Сочи 2014» не заключали с ООО «Ньюс медиа-Рус» (журнал «Жара») лицензионный договор на использование товарного знака (олимпийской символики в виде пяти переплетающихся колец одинакового размера), введение его в гражданский оборот на территории Российской Федерации, а также иным способом не выражали свое согласие на его использование.

Факт распространения указанной рекламы подтверждается договором № 15/Ж от 12.10.2009 между ООО «Ньюс медиа - Рус» и ГУП Воронежской области «Студия «Губерния» и договором № 04/10 от 11.01.2010 между ООО «Ньюс медиа - Рус» и ЗАО «СТС-Регион».

23.09.2010 Воронежским УФАС России возбуждено дело № 226-80р по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Ньюс медиа-Рус». Рассмотрение дела назначено на 10 часов 30 минут 25.10.2010.

Также Определением от 23 сентября 2010 года в отношении ООО «Ньюс медиа-Рус» возбуждено дело № 109.03 — 14.3/81р и начато административное расследование, в ходе которого Воронежским УФАС России у ООО «Ньюс медиа-Рус» истребована необходимая информация (сведения) по факту распространения рассматриваемой рекламы.

25.10.2010 в связи с неявкой на рассмотрение дела № 226-80р представителей АНО «Оргкомитет «Сочи 2014» и ООО «Ньюс медиа-Рус», срок рассмотрения дела № 226-80р продлен до 27.12.2010. Рассмотрение дела № 226-80р назначено на 11 часов 00 минут 11 ноября 2010 года.

08.11.2010 ООО «Ньюс медиа-Рус» представлены копии, в том числе: оригинал-макета рекламы журнала «Жара» (ООО «Ньюс медиа - Рус»), копии: договора №3 от 01.10.2009, договора № 04/10 от 11.01.2010, графика распространения, бланка-заявки, акта № 00000050 от 28.02.2010, эфирной справки ЗАО «СТС-Регион», договора № 15/Ж от 12.10.2009, акта № 110 от 26.02.2010, эфирной справки ГУП ВО «Студия «Губерния» от 26.02.2010, бланка-заявки, приложения №1 к договору № 15/Ж от 12.10.2009.

11.11.2010 в ходе рассмотрения дела, представитель ООО «Ньюс медиа-Рус» пояснил, что статьей 6 Закона об олимпийских играх предусмотрены особенности распространения рекламы в период проведения Олимпийских игр и Паралимпийских игр. Эти способы размещения рекламы предназначены именно для использования в рамках проведения спортивных мероприятий и в ФЗ «О рекламе» не регулируются и не предусмотрены. В указанной статье законодатель называет лишь два способа размещения рекламы - наружную рекламу и рекламу на спортивной одежде, аксессуарах (экипировке) и спортивном оборудовании, используемых спортсменами и иными участниками Олимпийских игр и Паралимпийских игр, о других способах размещения рекламы (в теле- и радиопрограммах и теле- и радиопередачах, на транспортных средствах и с их использованием) Закон № 310-ФЗ не упоминает. А распространение рекламных материалов журнала «Жара» происходило именно на телевизионных каналах. Тем самым, представитель ООО «Ньюс медиа-Рус» считает, что реклама журнала «Жара» является надлежащей.

Ознакомившись с материалами дела, оценив доводы лиц участвующих в деле, Комиссия считает рассматриваемую рекламу ненадлежащей по следующим основаниям.

В период с 02.02.2010 по 26.02.2010 в эфире телеканалов «ТНТ-Губерния» (35-ТВК г. Воронеж) и «Звезда-Губерния» (область) и с 10.02.2010 по 24.02.2010 в эфире телеканала «Домашний» (39 канал г. Воронежа) распространялась реклама журнала «Жара» (ООО «Ньюс медиа - Рус»), содержащая, в том числе, изображение олимпийской символики в виде пяти переплетающихся колец одинакового размера.

Указанное изображение представляет собой товарный знак, правообладателем которого является Международный Олимпийский комитет на основании международной регистрации № 788585 от 24.09.2002.

В соответствии с частью 1 статьи 1229 Гражданского Кодекса Российской Федерации, правообладатель может по своему усмотрению разрешать или запрещать другим лицам использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. Отсутствие запрета не считается согласием (разрешением).

Согласно части 1 статьи 1484 Гражданского Кодекса Российской Федерации лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со статьей 1229 Гражданского Кодекса Российской Федерации любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак). Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак. При этом, исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности, путем размещения товарного знака при выполнении работ, оказании услуг; в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 7 Федерального закона от 01.12.2007 № 310-ФЗ «Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее - Закон об организации Олимпийских игр), 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.

В соответствии с частью 2 статьи 7 Закона об организации Олимпийских игр, 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.

В соответствии со статьей 4 ФЗ «О рекламе», законодательство Российской Федерации о рекламе состоит из настоящего Федерального закона. Отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы могут регулироваться также принятыми в соответствии с настоящим Федеральным законом иными федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации

В соответствии с частью 3 статьи 6 Закона об организации олимпийских игр, реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о причастности рекламодателя к Олимпийским играм и Паралимпийским играм, в том числе в качестве спонсора, а также об одобрении Международным олимпийским комитетом, Международным паралимпийским комитетом, Олимпийским комитетом России, Паралимпийским комитетом России, Оргкомитетом «Сочи 2014» потребительских свойств рекламируемых товаров (работ, услуг), признается недостоверной.

Тем самым, отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, регулируются, в том числе, статьями 6 и 7 Закона об организации олимпийских игр.

В силу пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Рассматриваемая реклама содержит речь за кадром следующего содержания: *«В Ванкувере стало жарко. Поддержи наших спортсменов вместе с журналом «Жара». В каждом новом номере - фрагмент магнитного пазла. Собери собственную олимпийскую сборную и выиграй ужин со своим спортивным героем. Подробности акции в свежем номере журнала «Жара».*

Указанная речь сопровождается слайдами, среди которых присутствует изображение олимпийской символики в виде пяти переплетающихся колец одинакового размера, и их озвучиванием.

При этом содержащиеся в рассматриваемой рекламе изображения олимпийской символики в виде пяти переплетающихся колец одинакового размера и журнала «Жара» (ООО «Ньюс медиа-Рус»), а также текстовое сопровождение указанных изображений представляют собой единое целое, как по смысловой нагрузке, так и по визуальному, звуковому наполнению.

Часть 3 статьи 6 Закона об организации олимпийских игр имеет самостоятельный состав по отношению к частям 1 и 2 указанной нормы, который не содержит сведений о способах размещения / распространения рекламы. Тем самым, доводы представителя ООО «Ньюс медиа-Рус» о необоснованном применении при рассмотрении дела части 3 статьи 6 Закона об олимпийских играх не состоятельны.

Таким образом, использование в рекламе ООО «Ньюс медиа-Рус» олимпийской символики в виде пяти переплетающихся колец одинакового размера сопровождалось информацией о товаре ООО «Ньюс медиа-Рус» - журнале «Жара». Такое сочетание олимпийской символики и информации о товаре ООО «Ньюс медиа-Рус» в своей совокупности формирует у потребителей рекламы не соответствующее действительности представление о причастности/ принадлежности редакции журнала «Жара» (ООО «Ньюс медиа-Рус») как к проводимым в 2010 году Олимпийским играм в Ванкувере, так и к Олимпийскому движению, что не допускается **пунктом 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» и частью 3 статьи 6 Закона об организации олимпийских игр.**

В силу пункта 7 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара.

Нарушение **пункта 7 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе»** усматривается в распространении с 02 февраля 2010 года по 26 февраля 2010 года в эфире телеканалов «ТНТ-Губерния» (35-ТВК г. Воронеж) и «Звезда-Губерния» (область) и с 10.02.2010 по 24.02.2010 в эфире телеканала «Домашний» (39 канал г. Воронежа) рекламы журнала «Жара» (ООО «Ньюс медиа-Рус»), содержащей не соответствующие действительности сведения о причастности/ принадлежности редакции журнала «Жара» (ООО «Ньюс медиа-Рус») как к проводимым в 2010 году Олимпийским играм в Ванкувере, так и к Олимпийскому движению, и об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности, в частности, на использование олимпийской символики, что не допускается.

В соответствии с пунктом 8 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций.

Рассматриваемая реклама журнала «Жара» (ООО «Ньюс медиа-Рус») содержит не соответствующие действительности сведения о правах на использование символа Международного олимпийского комитета в виде пяти переплетающихся колец одинакового размера (Международная регистрация № 788585 от 24.09.2002, зарегистрированная Международным бюро Всемирной организации интеллектуальной собственности в отношении товаров и услуг с 1 по 45 классы Международной классификации товаров и услуг), что не допускается **пунктом 8 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».**

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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

Согласно договорам № 04/10 от 11.01.2010 и № 15/Ж от 12.10.2009, ООО «Ньюс медиа - Рус» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, в том числе, установленных пунктами 2 и 7 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

На основании изложенного рекламодателем – ООО «Ньюс медиа-Рус» допущены нарушения **пунктов 2, 7, 8 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» и части 3 статьи 6 Закона об организации олимпийских игр** выраженные в распространении с 02 февраля 2010 года по 26 февраля 2010 года на телевизионных каналах «ТНТ-Губерния» (г. Воронеж) и «Звезда-Губерния» (область) и с 10 февраля 2010 года по 24 февраля 2010 года на телевизионном канале «Домашний» (39 канал г. Воронежа) рекламы журнала «Жара» (ООО «Ньюс медиа-Рус»), содержащей не соответствующее действительности представление о причастности/ принадлежности редакции журнала «Жара» (ООО «Ньюс медиа-Рус») как к проводимым в 2010 году Олимпийским играм в

Ванкувере, так и к Олимпийскому движению, и недостоверную информацию о праве Общества на использование олимпийской символики в виде пяти переплетающихся колец одинакового размера.

Комиссия учитывает, что на момент вынесения решения, в материалах дела отсутствуют доказательства прекращения распространения рассматриваемой рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия находит основания для выдачи ООО «Ньюс медиа-Рус» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 РФ о рекламе», утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006г. № 508, Комиссия, **решила:**

1. Признать ненадлежащей рекламу журнала «Жара» (Общество с ограниченной ответственности «Ньюс медиа-Рус» (125315, г. Москва, проспект Ленинградский, дом 80, 32, офис 15, ИНН 7743607800, ОГРН 5067746146210), распространенную с 02 февраля 2010 года по 26 февраля 2010 года на телевизионных каналах «ТНТ-Губерния» (г. Воронеж) и «Звезда-Губерния» (область) и с 10 февраля 2010 года по 24 февраля 2010 года на телевизионном канале «Домашний» (39 канал г. Воронежа) с использованием олимпийской символики в виде пяти переплетающихся колец одинакового размера, правообладателем которой является Международный олимпийский комитет, поскольку в ней нарушены требования **пунктов 2, 7, 8 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».**

2. Выдать Обществу с ограниченной ответственностью «Ньюс медиа-Рус» (125315, г. Москва, проспект Ленинградский, дом 80, 32, офис 15, ИНН 7743607800, ОГРН 5067746146210) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Решение изготовлено в полном объеме «12» ноября 2010 года.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии