

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «15» октября 2015 года

В полном объеме решение изготовлено «28» октября 2015 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – А.В. Дерманца, Н.С. Уваровой,

рассмотрев материалы дела № 3-21-137/77-15 по признакам нарушения ООО «ЦПК» (111524, г. Москва, ул. Плеханова, д. 16, к. 1), (...) (140750, Московская обл., Шатурски р-н, дер. Маланьинская, д. 59) пункта 4 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе»),

в присутствии представителя ООО «ЦПК» в лице Локотковой Н.М. (доверенность б/н от 25.08.2015);

в отсутствие Куманова А.Е. (уведомлен надлежащим образом);

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-21-137/77-15 возбуждено в отношении ООО «ЦПК» на основании заявления физического лица, по факту размещения рекламы водки «Drova» на транспортном средстве (такси) с государственным регистрационным номером ТТ 294 77 RUS.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая 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.

В соответствии с пунктом 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В соответствии с информацией, представленной Департаментом транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры г. Москвы и КРО ГИБДД ГУ МВД России по г. Москве, владельцем транспортного средства является ООО «ЦПК». Лицом, получившим разрешение на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и багажа легковым такси территории г. Москвы на данное транспортное средство, является (...).

Товарный знак «DROVA» является зарегистрированным средством индивидуализации для 33 класса МКТУ - алкогольные напитки.

Размещение товарного знака на кузове транспортного средства делает указанные сведения доступными для восприятия широкому заранее неопределенному кругу лиц, находящимся в непосредственной близости от автомобиля.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Таким образом, спорная информация соответствует установленным действующим законодательством критериям, предъявляемым к рекламе: размещена на транспортном средстве, вызывает у неопределенного круга потребителей однозначную устойчивую ассоциацию с конкретным товаром - алкогольной продукцией «Drova».

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России товарный знак «Drova», размещенным на транспортном средстве (такси) с государственным регистрационным номером ТТ 294 77 RUS, признан рекламой.

В соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться на всех видах транспортных средств общего пользования и с их использованием, а также снаружи и внутри зданий, сооружений, обеспечивающих функционирование транспортных средств общего пользования, за исключением мест, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

В материалы дела Департаментом транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры г. Москвы были представлены сведения, подтверждающие, что транспортное средство с государственным регистрационным номером КМ 561 77 RUS осуществляет деятельность по перевозке пассажиров и багажа в качестве легкового такси на территории г. Москвы. Между тем, владельцем транспортного средства (такси) с государственным регистрационным номером ТТ 294 77 RUS согласно Свидетельству о регистрации транспортного средства является ООО «ЦПК».

В соответствии с статьей 789 Гражданского кодекса Российской Федерации, перевозка, осуществляемая коммерческой организацией, признается перевозкой транспортом общего пользования, если из закона, иных правовых актов вытекает, что эта организация обязана осуществлять перевозки грузов, пассажиров и багажа по обращению любого гражданина или юридического лица.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлено, что транспортное средство (такси) с государственным регистрационным номером ТТ 294 77 RUS является транспортом общего пользования.

На основании изложенного, при размещении товарного знака алкогольной продукции «Drova» на транспортном средстве (такси) с государственным регистрационным номером ТТ 294 77 RUS, выявлено нарушение пункта 4 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Согласно части 4 статьи 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные Законом о рекламе 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 Законом о рекламе установлены специальные требования и ограничения.

Таким образом, размещение рекламы алкогольной продукции «Drova» на транспортном средстве является нарушением положений части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама алкогольной продукции «Drova» распространенная на транспортном средстве (такси) с государственным регистрационным номером ТТ 294 77 RUS является ненадлежащей, так как нарушает положения пункта 4 части 2, части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая реклама распространялась на транспортном

средстве. Таким образом, лицом являющимся ответственным за размещение спорной рекламы на транспортном средстве является его владелец.

Согласно представленной УГИБДД ГУ МВД России по г. Москве информацией, владельцем автомобиля KIA RIO (государственный номер ТТ 294 77 RUS) является ООО «ЦПК» (местонахождение: 111524, г. Москва, ул. Плеханова, д. 16, к. 1), ОГРН 5077746757688, ИНН 7720583542.

Относительно лица, ответственного за размещение спорной рекламы представитель ООО «ЦПК» пояснил следующее. Принадлежащий ООО «ЦПК» автомобиль KIA RIO (государственный номер ТТ 294 77 RUS) 12.02.2015 был передан по договору аренды № б/н от 12.02.2015 в пользование (...). Согласно вышеуказанному договору, ответственность за эксплуатацию транспортного средства с государственным номером ТТ 294 77 RUS по договору аренды была возложена на (...).

Согласно письменным пояснениям, представленными в материалы дела, (...) пояснил, что наклейка «Жжем Dрова» была размещена им на заднем стекле автомобиля поскольку в газете «Московский Комсомолец» есть рубрика «Жжем дрова», где публикуются рецепты приготовления пищи на природе. Так как интересна данная тематика, (...) разместил у себя на автомобиле изображение с названием данной рубрики. Таким образом, целью распространения рекламы «Жжем Dрова» не являлось распространение рекламы алкогольной продукции.

Между тем, Комиссией Московского УФАС России была запрошена информация у Федеральной службы по интеллектуальной собственности относительно наличия сходства до степени смешения между товарным знаком по свидетельству № 450539 и обозначением «DROVA», размещенном на транспортном средстве (такси) на представленном фотоснимке.

Федеральная служба по интеллектуальной собственности в ответ на запрос пояснила следующее. Представленное обозначение является сходным до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 450539, поскольку ассоциируется с ним в целом в силу наличия фонетически тождественных и графически сходных словесных элементов «Dрова»/«DROVA ДРОВА».

Оценив имеющиеся в материалах дела документы, в том числе договор аренды, заключенный между ООО «ЦПК» и (...), у Комиссия Московского УФАС России отсутствуют основания сомневаться в достоверности представленных сведений.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России установила, что рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является (...).

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 2, частью 2.1 статьи 21 Закона о рекламе, несет рекламораспространитель.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России в действиях (...) при распространении рекламы алкогольной продукции «Dрова» установлено нарушение пункта 4 части 2, части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

Как следует из представленных документов, реклама алкогольной продукции «Dрова», размещенная на транспортном средстве (такси) с государственным регистрационным номером ТТ 294 77 R U S, не распространялась с 15.07.2015.

Таким образом, распространение рекламы в настоящее время не осуществляется.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи (...) предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции «Drova», размещенную на транспортном средстве (такси) с государственным регистрационным номером ТТ 294 77 RUS, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 2, части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.
2. Не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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