



## РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/76

16 октября 2015 г.

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – <...>, и.о. руководителя управления;

Члены Комиссии:

<...>, главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...>, ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

рассмотрев дело № 4-05/76 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «СТ-Гамма» по факту распространения рекламы алкогольной продукции, в присутствии <...>. – представителя ООО «СТ-Гамма» (по доверенности),

### УСТАНОВИЛА:

в адрес Хабаровского УФАС России поступило обращение Уполномоченного по правам ребенка в Хабаровском крае (вх. № 4/9023 от 14.09.2015) о размещении по адресу: г. Хабаровск, ул. Шелеста, 85, стенда, полотно которого содержит прорези для лиц, изображение логотипа магазина «Столица», героев мультфильма «Мадагаскар» и слоган «С друзьями всегда веселее».

По факту рассмотрения заявления установлено следующее.

В соответствии с определением, содержащимся в свободной универсальной интернет-энциклопедии «Википедия», стенд, выполненный в виде щита или каркаса, натянутого холстом, и содержащий отверстия для лица (рук, ног), изображения персонажей в разнообразных позах и ситуациях на фоне различных пейзажей и интерьеров, называется «Тантамареска».

Тантамареска является одним из видов рекламных конструкций, используемых в различных акциях.

В конкретном случае фотостенд, содержащий ростовые фигуры персонажей мультфильма «Мадагаскар», вызывает желание подойти и сфотографироваться, то есть, преследует цель привлечь внимание ко всей информации, содержащейся на полотне.

рассматриваемая переносная конструкция размещена в месте нахождения комаркета «Столица», специализирующегося на реализации алкогольной продукции.

Кроме тантамарески на фасаде здания над входом в указанный магазин размещена щитовая конструкция «Официальный дистрибьютор «Столица». Мы контролируем качество и цены» и вывеска с аналогичным названием, на которой указаны наименование организации, адрес и режим ее работы.

При оценке данных конструкций на соответствие Федеральному закону «О рекламе» необходимо учитывать следующее.

Согласно [пункту 15](#) информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе" вопрос о наличии в конструкции признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела.

В соответствии с [пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2](#) Федерального закона «О рекламе» названный [Закон](#) не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательной в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не держащие сведений рекламного характера.

Согласно [статье 9](#) Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

Раскрытие, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации ([пункт 1](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»»).

Содержание информации такого рода состоит в извещении неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении юридического лица и обозначении места входа.

В соответствии с разъяснениями Федеральной антимонопольной службы, держащейся в письме 28.11.2013 № АК/47658/13 «О квалификации конструкций в качестве рекламных или информационных», указание в месте нахождения предприятия коммерческого обозначения, в том числе не совпадающего с наименованием организации, также предназначено для идентификации магазина для потребителей и не является рекламой.

Указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, в том числе, если такое указание осуществляется с использованием товарного знака или его части, а также профиля деятельности и перечня оказываемых услуг, не может рассматриваться в качестве рекламы, соответственно на такую информацию не распространяются требования [Закона](#) о рекламе.

Однако при решении вопроса о размещении на здании обязательной для

требителей информации или рекламы, следует принимать во внимание ее целевое значение и обстоятельства размещения такой информации на здании. Если левым назначением сведений о наименовании организации и виде ее деятельности является информирование о месте нахождения организации (в том числе с учетом помещения, занимаемого организацией в здании), то такие сведения могут быть квалифицированы как реклама.

Таким образом, системный анализ указанных норм свидетельствует о том, что указание на здание в месте нахождения организации ее наименования, в том числе, если такое указание осуществляется с использованием товарного знака, логотипа («Столица»), профиля деятельности («Алкомаркет») и перечня оказываемых услуг («Официальный дистрибьютор»), не может рассматриваться в качестве рекламы, следовательно, на такую информацию не распространяются требования федерального закона «О рекламе».

Указание на вывеске названия (коммерческого обозначения) организации, информации о режиме работы, наименования юридического лица непосредственно в месте реализации товара, также не является рекламой, поскольку такая информация не преследует рекламных целей.

Вместе с тем, дополнительной оценке подлежит содержание и цель размещения в месте нахождения алкомаркета «Столица» фотографического стенда «С друзьями всегда веселее».

Визуальная конструкция в верхнем левом углу содержит изображение логотипа «Столица».

Указанное название используется в качестве коммерческого обозначения сетью магазинов «Столица», специализирующихся на продаже спиртных напитков.

Таким образом, в сознании потребителей название «Столица», содержащееся на стенде, ассоциируется с торговой точкой – алкомаркетом с аналогичным названием.

Ассоциацию названия «Столица» на фотостенде с торговой точкой по реализации алкогольной продукции усиливают тот факт, что и на магазине, и на стенде слово «Столица» в цветовом решении и стилистически выполнено одинаково.

Кроме того, данную ассоциацию подтверждает заявление в антимонопольный орган полномочного по правам ребенка в Хабаровском крае, по мнению которой визуальная конструкция привлекает детей для фотографирования, провоцируя таким образом любопытство среди несовершеннолетних к употреблению алкоголя.

Визуальная конструкция «С друзьями всегда веселее» является большой и ярко оформленной и содержит элементы, направленные на привлечение внимания потребителей – расположена на улице и адресована не только лицам, которые непосредственно мерены посетить алкомаркет «Столица» и хотели бы найти вход, но и определенному кругу лиц, осуществляющих движение по улице; содержит изображения рисованных мультяшных персонажей.

Слоган «С друзьями всегда веселее» носит явно выраженную эмоциональную окраску (использован восклицательный знак, текст набран заглавными буквами) и обращена к

ждому лицу лично, поскольку размещена на улице.

нное словосочетание создает положительное восприятие организации, работающей под торговой маркой «Столица» - алкомаркета «Столица».

следовательно, с учетом размера и стилистического оформления конструкция с позиции рядового потребителя зрительно воспринимается вместе с изображением коммерческого обозначения «Столица», используемого в своей деятельности предприятиями по продаже вино-водочной продукции.

соответствии с [п. п. 1, 2 ст. 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама - форма, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) гражданина, 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.

ким образом, проанализировав внешний вид тантамарески, можно сделать вывод, что характер оформления данного объекта является ничем иным, как мерой, направленной на привлечение внимания неопределенного круга лиц, формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования, в данном случае - к коммерческому обозначению «Столица», используемому сетью алкомаркетов.

огласно [ч. 4 ст. 2](#) Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные названным [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 относится к товару, в отношении рекламы которого [законом](#) установлены специальные требования и ограничения.

соответствии с пунктом 2.1 статьи 21 Федерального 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 нестационарных залах таких торговых объектов.

данной нормы следует, что реклама алкоголя должна быть размещена таким образом, чтобы быть направленной непосредственно на потребителей, находящихся в торговых залах продаж данной продукции.

спорном случае размещение рекламы магазина «Столица», реализующего, в том числе, крепкую алкогольную продукцию, на улице у входа в магазин, дает возможность для восприятия ее потребителями, находящимися вне места продажи алкоголя. Данная реклама формирует интерес лиц к спиртным напиткам, имеющих намерение приобрести спиртную продукцию.

ответственно, такая реклама нарушает положения пункта 2.1 статьи 21

Федерального закона «О рекламе» и является ненадлежащей.

Согласно пункту 6 части 1 названной статьи реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Фотостенд «С друзьями всегда веселее» содержит изображения животных – персонажей анимационного фильма «Мадагаскар», что является нарушением указанных требований.

Следует отметить, что пунктом 5 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что реклама алкогольной продукции не должна обращаться к несовершеннолетним.

Как отмечено выше, цель тантамарески – чтобы люди заинтересовались и начали с ней фотографироваться.

В данном случае приложенная заявителем на обозрение фотокопия рекламной инструкции свидетельствует о том, что на полотне прорези для лиц сделаны на уровне детского роста, то есть стенд изначально предназначен для фотографирования детей на фоне рекламы продавца алкогольной продукции, что противоречит указанным требованиям.

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Наружная реклама «Столица». «С друзьями всегда веселее» размещена в месте нахождения алкомаркета «Столица» (г. Хабаровск, ул. Шелеста, 85) и осуществления деятельности ООО «СТ-Гамма», следовательно, названное общество является лицом, в чьих интересах распространена реклама, то есть, рекламодателем.

При рассмотрении дела ООО «СТ-Гамма» представлены пояснения (вх. № 4/1071 от 10.10.2015 г.), из которых следует, что цель установки тантамарески заключается в том, чтобы отвлечь детей от посещения алкомаркета вместе с родителями, а логотип «Столица» играет роль идентифицирующего признака принадлежности стенда во избежание его хищения.

Изложенные доводы Комиссией отклонены по следующим основаниям.

Установка фотостенда с изображением персонажей популярного мультфильма с прорезями для лиц на уровне детского роста вызывает желание у детей фотографироваться.

Фотография, как результат переноса изображений объектов на бумагу или цифровой носитель, позволяет запечатлеть различные события на длительный период.

Таким образом, фотографии, сделанные с помощью Тантамарески у входа в алкогольный магазин, долго будут напоминать об алкомаркете «Столица».

Следует отметить, что идея размещения тантамарески с целью отвести детей в сторону от посещения алкомаркета, на деле реализована таким образом, что полномочный по правам ребенка в Хабаровском крае усмотрела в этих действиях

овоцирование у несовершеннолетних любопытства к употреблению алкоголя, что будило ее обратиться с заявлением в антимонопольный орган.

о касается использования логотипа «Столица» в качестве маркировки объекта, то о изображение, выполненное в полном соответствии с коммерческим обозначением комаркета «Столица», направлено на привлечение внимания к торговой точке, ециализирующейся на продаже алкоголя.

ководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения тимополюным органом дел, возбужденных по признакам нарушения конодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей щитовую наружную рекламу, содержащую прорези я лиц, изображения героев мультфильма «Мадагаскар» на фоне логотипа газина «Столица», слоган «С друзьями всегда веселее», размещенную по ,ресу: г. Хабаровск, ул. Шелеста, 85, поскольку в ней нарушены требования нктов 5 и 6 части 1, части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «СТ-Гамма» предписание о прекращении нарушения конодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского )АС России для возбуждения дела об административном правонарушении, едусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных авонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 16 октября 2015 г.

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

#### Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

16 октября 2015 года

г. Хабаровск

иссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому ю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в

ставе:

Председатель Комиссии <...>, и.о. руководителя управления;

Члены Комиссии:

>, главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

>, ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

на основании своего решения от 16 октября 2015 года по делу № 4-05/76 о признании недобросовестной рекламой, содержащей прорези для лиц, изображения героев мультфильма «Мадагаскар» на фоне логотипа магазина «Столица» и слоган «С друзьями всегда веселее» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «СТ-Гамма» (ИНН 2723175415, место нахождения: 680005, г. Хабаровск, ул. Публицанская, 17) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить распространение рекламного стенда (тантамарески), полотно которого содержит прорези для лиц, изображение логотипа магазина «Столица», героев мультфильма «Мадагаскар» и слоган «С друзьями всегда веселее».

ООО «СТ-Гамма» (ИНН 2723175415 место нахождения: 680005, г. Хабаровск, ул. Публицанская, 17) представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 02 ноября 2015 г.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пяти тысяч рублей.

Настоящее предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).