

РЕШЕНИЕ

по делу №18 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

14 апреля 2015 года

г. Ставрополь

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

Золина Г.В. – председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;

Силичев М.В. – член Комиссии, заместитель начальника отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции;

Долидович Е.Е. – член Комиссии, ведущий специалист-эксперт отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело №18 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту, указывающему на наличие в рекламной статье распространенной ОАО «Юридическое агентство «СРВ» признаков нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38 - ФЗ «О рекламе»,

в присутствии доверенного представителя ОАО «Юридическое агентство «СРВ» <.....> (доверенность б/н от 13.04.2015г.) и главного редактора журнала «Известные люди юга» <.....>,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за рекламной деятельностью хозяйствующих субъектов были выявлены нарушения рекламного законодательства Российской Федерации.

В журнале «Известные люди Юга», февраль 2015г. (дата выхода в свет 26.01.2015), на страницах 70-75 распространялась статья «Петр Романишин. Любая проблема может стать успехом», в которой руководитель ОАО «Фанагория» - <.....> рассказывает о своей жизни и работе ОАО «Фанагория».

В данной статье имеется фотография, на которой руководитель предприятия ОАО «Фанагория» изображен на фоне стенда с подписью «FANAGORIA» с алкогольной продукцией, производимой ОАО «Фанагория», кроме того он держит в руках бутылку с кольереткой, на которой написано «Фанагория».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "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.

Согласно части 4 статьи 2 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О

рекламе", специальные требования и ограничения, установленные в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, и их продавцов.

При этом необходимо учитывать, что реклама алкогольной продукции может выражаться не только в демонстрации самого товара, но и в демонстрации отдельных элементов его упаковки или средств индивидуализации данного товара, в том числе товарного знака.

Согласно подпункта 7 статьи 2 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» 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 частью 3 статьи 21 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе", реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади.

Согласно свидетельства о регистрации СМИ ПИ №ФС77-59061 от 22 августа 2014г. Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций зарегистрирован журнал «Известные люди Юга», учредителем журнала «Известные люди Юга» является ОАО «Юридическое агентство «СРВ». Тематика и специализация журнала «Известные люди Юга» согласно вышеуказанного свидетельства – статьи об известных людях южного региона: спортсменах, политиках, бизнесменах; материалы о компаниях юга страны, о важных событиях региона, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе" несет рекламодатель.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе" несет рекламодатель.

В адрес Ставропольского УФАС России поступили объяснения ОАО «Юридическое агентство «СРВ», согласно которым, вышеуказанная статья является некоммерческим, авторским материалом, рассказывающим о жизни винодела <.....>.

В связи с тем, что данная рекламная статья является авторским материалом, то рекламодателем и рекламораспространителем является, согласно выходным данным журнала - учредитель и издатель ОАО «Юридическое агентство «СРВ».

На рассмотрении дела доверенный представитель ОАО «Юридическое агентство «СРВ» <.....> (доверенность б/н от 13.04.2015г.) и главный редактор журнала «Известные люди юга» <.....> заявили, что статья «Петр Романишин. Любая проблема может стать успехом» является некоммерческим, авторским материалом, рассказывающим о жизни винодела <.....>, и не направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции ОАО «Фанагория», и является исключительно информационной и познавательной. Следовательно ни статья, ни приведенный к ней фотоматериал не являются рекламой алкогольной продукции.

Изучив доводы доверенного представителя ОАО «Юридическое агентство «СРВ» <.....> (доверенность б/н от 13.04.2015г.) и главного редактора журнала «Известные люди юга» <.....>, Комиссия антимонопольного органа приходит к следующему выводу.

Фотографии, распространенные в статье необходимо рассматривать в совокупности с сопровождающим текстом.

Образы, использованные в рекламе с учетом полного анализа содержания текста рекламы, явно ассоциируются с алкогольной продукцией, реализуемой ОАО «Фанагория».

Наименование «ФАНАГОРИЯ» является охраняемым элементом товарного знака зарегистрированного Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам за №200461. Указанный товарный знак зарегистрирован в том числе за 33 классом МКТУ и перечнем товаров, таких как алкогольные напитки (за исключением пива). Собственником данного товарного знака является ОАО «Агропромышленная фирма «Фанагория». Жителям и гостям города Ставрополя хорошо известны, как само ОАО «АФ «Фанагория», так и его продукция, которая широко представлена на рынке алкогольной продукции Ставропольского края.

Исходя из части 5 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38 – ФЗ «О рекламе», рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из пункта 7 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38 – ФЗ «О рекламе», рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Вместе с тем, 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.

Статья сопровождается фотографиями, на одной из которых руководитель предприятия ОАО «Фанагория» изображен на фоне стенда с подписью «FANAGORIA» с алкогольной продукцией, производимой ОАО «Фанагория», кроме того он держит в руках бутылку с кольереткой, на которой написано «Фанагория» на другой фотографии имеется изображение здания, на котором размещён охраняемый элемент товарного знака «Фанагория» (№200461), который в свою очередь зарегистрирован, в том числе за 33 классом МКТУ и перечнем товаров, таких как алкогольные напитки (за исключением пива).

Согласно пункта 2 Постановления Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 г. №58, следует, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что 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 этом случае данная информация должна быть исследована на предмет соответствия требованиям, предъявляемым Законом о рекламе к рекламе, в том числе установленным главой 3 Закона о рекламе в отношении отдельных видов товаров.

Таким образом, в вышеуказанной рекламной статье, размещённой в журнале «Известные люди Юга», февраль 2015г. (дата выхода в свет 26.01.2015), на страницах 70-75 присутствует рекламная информация, а именно элемент торгового знака «Фанагория», следовательно, у потребителя она ассоциируется с алкогольной продукцией под брендом «Фанагория». Исходя из этого следует, что информация, размещённая в журнале «Известные люди Юга», февраль 2015г. (дата выхода в свет 26.01.2015), на страницах 70-75) является рекламной, адресована неопределённому кругу лиц и направлена на привлечение внимания к алкогольной продукции под брендом «Фанагория».

Таким образом, ОАО «Юридическое агентство «СРВ» допущено нарушение части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", выразившееся в распространении рекламы алкогольной продукции в журнале «Известные люди юга» без предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции.

Руководствуясь частью 2 пункта 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:

Признать ненадлежащей рекламу, распространенную ОАО «Юридическое агентство «СРВ», в журнале «Известные люди Юга», февраль 2015г. (дата выхода в свет 26.01.2015), поскольку в ней нарушена часть 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе».

Выдать ОАО «Юридическое агентство «СРВ» предписание о прекращении

нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38 – ФЗ «О рекламе».

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ставропольского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 23.04.2015. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.