

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 4-14.3-599/00-08-16

об административном правонарушении

«09» июня 2016 г.

г. Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеваров А.Б., рассмотрев протокол и материалы дела № 4-14.3-599/00-08-16 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Мечтариум» (юридический адрес: 125252, г. Москва, Ходынский бул.д. 4, ОГРН 1107746648250, ИНН 7728745594, КПП 771401001, дата регистрации: 17.08.2010),

УСТАНОВИЛ:

В ФАС России поступило обращение гражданина с претензией к рекламе семейно-досугового центра «Кидзания» с пометкой «При поддержке Правительства Москвы», распространявшейся посредством рекламных стикеров в вагонах метрополитена г. Москвы с 01.01.2016 по 31.03.2016.

Рекламная кампания семейно-досугового центра «Кидзания» с пометкой «При поддержке Правительства Москвы» проходила в два этапа.

Первый этап проводился с 01.01.2016 до 21.01.2016 и заключался в распространении рекламы, в которой размещались товарные знаки компаний-партнеров, участвующих в инвестиционном проекте «Кидзания» и производящих товары (услуги) в тех или иных сферах деятельности, приводилось изображение детей в роли сотрудников определенной профессии с соответствующими комментариями, призванными привлечь внимание к данной профессии.

О семейно-досуговом центре «Кидзания» в рекламе, распространявшейся на первом этапе, не сообщалось.

Второй этап проходил с 21.01.2016 по 31.03.2016 и заключался в распространении рекламы с изображениями, текстами и товарными знаками участвующих в проекте компаний, воспроизведенными из рекламных макетов первого этапа, и добавлением поля малинового цвета, на котором содержалась эмблема досугового центра Kidzania с сообщением: «Город, где #детирешают, кем быть. Билеты на kidzania.ru».

В левом верхнем углу всех рекламных макетов содержится герб г. Москвы и указывается «При поддержке Правительства Москвы».

Информация, размещенная в данной рекламе направлена на привлечение внимания к семейно-досуговому центру «Кидзания» и компаниям, участвующим в инвестиционном проекте «Кидзания», а также формированию и поддержанию интереса к их товарам (услугам) и продвижению данных товаров на рынок.

Таким образом, в указанной рекламе объектом рекламирования на первом этапе являлись товары (услуги) компаний, участвующих в инвестиционном проекте «Кидзания», на втором этапе — товары (услуги) указанных компаний-партнеров и семейно-досугового центра «Кидзания».

В частности, в рекламе семейно-досугового центра «Кидзания» с пометкой «При поддержке Правительства Москвы» и указанием товарного знака «Перекресток» на первом этапе изображался ребенок в образе директора магазина и объявлялось «Требуется директор магазина. Возраст от 4 до 14 лет, опыт работы не обязателен», на втором этапе — реклама дополнялась полем малинового цвета с эмблемой досугового центра Kidzania и сообщением: «Город, где #детирешают, кем быть. Билеты на kidzania.ru».

В рекламе семейно-досугового центра «Кидзания» с пометкой «При поддержке Правительства Москвы» и указанием товарного знака «Детский мир» на первом этапе изображался ребенок в образе директора по маркетингу и объявлялось «Требуется директор по маркетингу. Возраст от 4 до 14 лет, опыт работы не обязателен», на втором этапе — реклама дополнялась полем малинового цвета с эмблемой досугового центра Kidzania и сообщением: «Город, где #детирешают, кем быть. Билеты на kidzania.ru».

В рекламе семейно-досугового центра «Кидзания» с пометкой «При поддержке Правительства Москвы» и указанием товарного знака «Иль Патио» на первом этапе изображался ребенок в образе шеф-повара и объявлялось «Требуется шеф-повара. Возраст от 4 до 14 лет, опыт работы не обязателен», на втором этапе — реклама дополнялась полем малинового цвета с эмблемой досугового центра Kidzania и сообщением: «Город, где #детирешают, кем быть. Билеты на kidzania.ru».

Таким образом, в указанной рекламе объектом рекламирования на первом этапе являлись магазины сети супермаркетов «Перекресток», магазины сети «Детский мир», рестораны «Иль Патио», на втором этапе - магазины сети супермаркетов «Перекресток», магазины сети «Детский мир», рестораны «Иль Патио» и услуги семейно-досугового центра «Кидзания».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства 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.

По смыслу законодательного определения рекламы рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок.

Данные признаки содержатся в размещенной в январе-марте 2016 года на стикерах в вагонах Московского метро информации о семейно-досуговом центре «Кидзания» и компаниях, участвующих в инвестиционном проекте «Кидзания», в частности магазинах сети супермаркетов «Перекресток», сети магазинов «Детский мир», сети ресторанов «Иль Патио», соответственно, такая информация отвечает законодательному определению рекламы и в силу пункта 1 и пункта 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является рекламой товаров данных хозяйствующих субъектов.

Согласно пункту 11 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» под социальной рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

В силу части 4 статьи 10 Федерального закона «О рекламе» в социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением случаев, предусмотренных частью 5 настоящей статьи.

В соответствии с частью 5 статьи 10 Федерального закона «О рекламе» установленные частью 4 настоящей статьи ограничения не распространяются на упоминания об органах государственной власти и о спонсорах.

В рассматриваемой рекламе используются изображения товарных знаков, являющихся средством индивидуализации товаров компаний, участвующих в инвестиционном проекте «Кидзания», в частности магазинов супермаркета «Перекресток», сети магазинов «Детский мир», сети ресторанов «Иль Патио», а также услуг самого досугового центра «Кидзания», однако отсутствует информация, которая свидетельствовала бы о благотворительных и иных общественно полезных целях, а также об обеспечении интересов государства, на достижение которых направлена реклама.

Соответственно, реклама семейно-досугового центра «Кидзания» и компаний, участвующих в инвестиционном проекте «Кидзания», имеет цель продвинуть на рынок товары (услуги) данных хозяйствующих субъектов, в частности, магазины сети супермаркетов «Перекресток», сеть магазинов «Детский мир», сеть ресторанов «Иль Патио», и услуги центра «Кидзания», и не преследует достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

В этой связи рассматриваемая реклама не отвечает статусу социальной рекламы и является рекламой товаров.

Согласно пункту 2 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускаются указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами.

Рассматриваемая реклама семейно-досугового центра «Кидзания» сопровождается указанием «При поддержке Правительства Москвы», которое

дает основания полагать, что объекты рекламирования, в частности, услуги семейно- досугового центра «Кидзания» и магазины сети супермаркетов «Перекресток», магазины «Детский мир», рестораны «Иль Патио», одобряются органом государственной власти - Правительством Москвы.

Таким образом, указанная реклам нарушает пункт 2 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных статьями 5 Федерального закона «О рекламе».

ООО «Мечтариум» заключил договоры с ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» (договор № KZM-15p-005/ПК от 27.04.2015), ПАО «Детский мир» (договор № KZM-15p-008/ПК от 03.06.2015) и ПАО «Росинтер Ресторантс Холдинг» (договор № KZM-15p-10/RIE от 18.02.2015), в соответствии с которыми право на использование товарного знака «Перекресток», «Детский мир», «Иль Патио» в пресс- релизах, новостных рассылках, промо-материалах было передано ООО «Мечтариум». ООО «Мечтариум» определил содержание рекламы и заключил договор № 0212215 от 15.12.2015 с ООО «Группа АМС» для производства, размещения, демонтажа макетов указанной рекламы.

Таким образом, рекламодателем указанной рекламы является ООО «Мечтариум» (юридический адрес: 125252, г. Москва, Ходынский бул., д. 4, ОГРН 1107746648250, ИНН 7728745594, КПП 771401001, дата регистрации: 17.08.2010).

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

ООО «Мечтариум» имел возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако Обществом не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ООО «Мечтариум» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении посредством рекламных стикеров в вагонах метрополитена г. Москвы с 01.01.2016 по 31.03.2016 рекламы семейно-досугового центра «Кидзания» с пометкой «При поддержке Правительства Москвы».

Руководствуясь пунктом 4 статьи 10, пунктом 1, 3, 11 статьи 3, частью 5 статьи 10, пунктом 2 части 5 статьи 5, частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ООО «Мечтариум» меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение законодательства о рекламе в размере 100 000 рублей.

•

o

- Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК по г. Москве (Федеральная антимонопольная служба л/с 04731001610)

Банк получателя: Операционный департамент Банка России г. Москва 705

ИНН 7703516539

КПП 770301001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

ОКТМО 45380000

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трёхдневный срок со дня уплаты штрафа просьба представить в Федеральную антимонопольную службу надлежащим образом заверенные копии платёжных документов (по электронной почте avdegyarova@fas.gov.ru).

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП РФ.

Заместитель руководителя

А.Б. Кашеваров

