

от "05" марта 2012 г.

г. Киров

Р Е Ш Е Н И Е по делу № 9

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

Председателя Комиссии – <...> – И.о. руководителя управления и членов Комиссии – <...> – нач. отдела финансовых рынков и рекламы, <...> - вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,

в присутствии:

<...> – представителя ООО «Вина всего мира» по доверенности от 05.03.2012,

протокол вела <...>– специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 9 по признакам нарушения ООО «Вина всего мира» (610046, г. Киров, Сельскохозяйственный проезд, 7) п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

24.01.2012 при осуществлении надзора за соблюдением обязательных требований действующего рекламного законодательства был установлен факт размещения наружной рекламы на одной из сторон металлоконструкции, расположенной возле проезжей части по адресу: г. Киров, район дома номер <...> по ул. Романа Ердякова со следующей информацией: «ВВМ. ВИНА ВСЕГО МИРА. ВИНА ВСЕГО МИРА. Киров, Сельскохозяйственный пр-д, 7. т. 52-13-86, 53-09-23. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ».

Вся указанная информация размещается на фоне географической карты, где с правой стороны изображены фрукты и ягоды, в том числе грозди белого, зеленого, черного винограда. При этом аббревиатура «ВВМ» и первая фраза «ВИНА ВСЕГО МИРА» размещены на стилизованной эмблеме, на которой также присутствует изображение глобуса и грозди винограда с листьями. Предупредительная надпись размещена в нижней части рекламного пространства и выполнена темными буквами на красном фоне.

В соответствии с п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 18.07.2011, с изм. от 21.11.2011) реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного

территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Согласно ч. 4 ст. 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.

На основании ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона несет рекламодатель.

Рекламная конструкция, установленная по адресу: г. Киров, район дома номер <...> по ул. Романа Ердякова, принадлежит ООО «Грейхаунд».

Содержание рекламной информации и ее место размещения зафиксировано с помощью фотоаппарата «Panasonic DMC – TZ5». Фотографии в количестве 7 штук распечатаны в черно-белом изображении с помощью принтера hp LaserJet 1010.

С учетом изложенного, дело было возбуждено в отношении данного Общества, как собственника конструкции и соответственно рекламодателя.

В ходе рассмотрения дела, Комиссией Кировского УФАС России было установлено, что ООО «Грейхаунд» на основании договора от 01.01.2012 № 09-11 с приложениями передало рассматриваемую рекламную конструкцию в аренду ООО «Вина всего мира». Согласно представленным документам именно ООО «Вина всего мира» разместило на арендуемой им конструкции спорную информацию, а потому в данном случае указанное Общество будет выступать как рекламодателем, так и рекламодателем.

Учитывая изложенное, Комиссия заменила лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства - ООО «Грейхаунд», надлежащим лицом, а именно: ООО «Вина всего мира».

Рассмотрение дела продлевалось.

На заседании Комиссии представитель ООО «Вина всего мира» пояснила следующее: «В соответствии с учредительными документами «Вина всего мира» является наименованием нашего юридического лица. Адрес: г. Киров, Сельскохозяйственный проезд, 7 – фактическим местонахождением. Номера телефонов, указанные в рекламе, зарегистрированы за ООО «Вина всего мира». Основным видом деятельности компании является оптовая торговля алкогольной продукцией. Изображение географической карты, листьев винограда и фруктов с ягодами, присутствующие в рекламе, используются нами на фирменной печати. Таким образом, рассматриваемую информацию нельзя расценивать в качестве рекламы алкогольной продукции, она является рекламой юридического лица.

Кроме того, в процессе подготовки к рассмотрению дела ООО «Вина всего мира» было представлено письменное объяснение, в котором указывалось на то, что

слово «вина» - старославянское. Как древнерусское оно рассматривается с XI века. В своем старославянском и древнерусском звучании и написании оно использовалось в трех значениях: «грех», «обвинение», «причина». Существует как минимум две формы слова «вина». Первая – старославянская форма «vina» возникла вместо «vena», откуда проводится параллель с «сена» - цена. Как гипотеза – слова «вина» и «цена» можно рассматривать в качестве родственных – пока не заплатил цену – на тебе вина. Вторая – возможная увязка слова с древнерусским «vo» - воин, война. У этих слов – индоевропейские корни в значении гнать, преследовать, вызывать, вызывать страх, ужас. Поэтому при произношении слова «Вина» в наименовании Общества – ударение ставилось всегда на второй слог и использовалось его значение как древнерусское, т.е. «Воин».

Изучив имеющиеся документы, заслушав доводы представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, Комиссия установила, что ООО «Вина всего мира» нарушены п. 3 ч. 2 ст. 5 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Киров, район дома номер <...> по ул. Романа Ердякова соответствует требованиям статьи 3 и является рекламой, как самого юридического лица, так и реализуемой им алкогольной продукции (вина).

Как было установлено в ходе рассмотрения дела, ООО «Вина всего мира» зарегистрировано в качестве юридического лица 16 марта 2006 года. В соответствии с Уставом одним из видов деятельности данного хозяйствующего субъекта является оптовая торговля алкогольными напитками, включая пиво. Указанное Общество имеет лицензию от 17.05.2011 № 19113 на осуществление закупки, хранения и поставки алкогольной продукции и располагает по адресу: г. Киров, Сельскохозяйственный проезд, 7. При этом, как пояснил представитель ООО «Вина всего мира», именно оптовая торговля алкогольной продукцией является основным видом деятельности Общества.

В соответствии с п. 11 и п. 13 ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» вино – это алкогольная продукция, которая произведена из виноматериалов, с содержанием этилового спирта,

произведенного из пищевого сырья, не более 22 процентов объема готовой продукции; виноматериалы - спиртосодержащая пищевая продукция, которая используется в качестве сырья для производства вина и получена в результате спиртового брожения винограда, виноградного сусла либо плодового или ягодного сока без добавления ароматических и вкусовых добавок, без добавления или с добавлением этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) дистиллятов, с содержанием этилового спирта не более 22,5 процента объема готовой продукции.

Статья 1225 ГК РФ фирменные наименования юридических лиц относит к средствам их индивидуализации.

Частью 2 ст. 1473 ГК РФ установлено, что фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

В рассматриваемом случае в рекламе присутствует исключительно оригинальная часть фирменного наименования юридического лица - «Вина всего мира» (прописана дважды), которая содержит указание на конкретный вид алкогольной продукции (вино), поэтому представленная потребителям информация воспринимается в качестве предложения им конкретного вида продукции, а именно вина всего мира, т.е. из разных стран, которую можно приобрести по адресу г. Киров, Сельскохозяйственный проезд, 7, позвонив по т. 52-13-86, 53-09-23.

При этом наличие предупредительной надписи в рекламе также свидетельствует о направленности информации, а именно: о привлечении внимания потребителей к алкогольной продукции.

Частью 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно п. 3 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара.

В соответствии с п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Частью 4 ст. 2 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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.

Кроме того, как разъяснил Пленум ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В рассматриваемом случае слово «вина» (множественное число слова «вино») неопределенным кругом потребителей, которые не знают историю возникновения того или иного слова, а также его возможного первоначального значения, воспринимается вполне конкретно и ассоциируется с определенным видом алкогольной продукции. Поэтому доводы ООО «Вина всего мира» о том, что слово «вина» в их фирменном наименовании имеет иное значение, в том числе с учетом его старославянского происхождения, являются несостоятельными.

Таким образом, рассматриваемая информация была размещена с нарушением требований п. 3 ч. 2 ст. 5 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статьи 38 Закона ответственность за нарушение требований п. 3 ч. 2 ст. 5 несет рекламодатель, а за нарушение п. 5 ч. 2 ст. 21 – рекламораспространитель. В данном случае рекламодателем и рекламораспространителем является ООО «Вина всего мира», которое на основании договора от 01.01.2012 № 09-11 разместило на арендуемой конструкции ненадлежащую рекламу. Поэтому нарушение действующего рекламного законодательства произошло по его вине.

Так как на момент рассмотрения дела ненадлежащая реклама была демонтирована в добровольном порядке, Комиссия решила предписание ООО «Вина всего мира» не выдавать.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым привлечь ООО «Вина всего мира» к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 2, ст. 3, ст. 5, ст. 21, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную на металлоконструкции, расположенной возле проезжей части по адресу: г. Киров, район дома номер <...> по ул. Романа Ердякова: «ВВМ. ВИНА ВСЕГО МИРА. ВИНА ВСЕГО МИРА. Киров, Сельскохозяйственный пр-д, 7. т. 52-13-86, 53-09-23. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ». Вся указанная информация размещается на фоне географической карты, где с правой стороны изображены фрукты и ягоды, в том числе грозди белого, зеленого, черного винограда. При этом аббревиатура «ВВМ» и первая фраза «ВИНА ВСЕГО МИРА» размещены на стилизованной эмблеме, на которой также присутствует изображение глобуса и грозди винограда с листьями. Предупредительная надпись размещена в нижней части рекламного пространства и выполнена темными буквами на красном фоне», так как она противоречит требованиям п. 3 ч. 2 ст. 5 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ООО «Вина всего мира», нарушившим п. 3 ч. 2 ст. 5 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

3. ООО «Вина всего мира» предписание не выдавать ввиду добровольного устранения нарушения.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ООО «Вина всего мира».

Решение изготовлено в окончательной форме 19.03.2012 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 АПК РФ.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>