

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 4-14.3-499/00-08-16

об административном правонарушении

«09» июня 2016 г.

г. Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеваров А.Б., рассмотрев протокол и материалы дела № 4-14.3-499/00-08-16 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ОАО «Футбольный клуб «Спартак-Москва» (юридический адрес: ул. Новорязанская, д. 31/7, корп. 24, г. Москва, 107066; ОГРН 1027739020760, ИНН 7728212268, КПП 770101001; дата регистрации: 29.07.2002),

УСТАНОВИЛ:

В ФАС России поступило обращение ООО «Защита» с сообщением о распространении рекламы букмекерской конторы «ОЛИМП» во время трансляции футбольного матча «Спартак Москва-Урал Екатеринбург» на телеканале «Матч ТВ».

Данная реклама распространялась в эфире телеканала «Матч ТВ» 01 ноября 2015 года с 19:30 во время прямой трансляция футбольного матча в рамках чемпионата РФПЛ «Спартак Москва-Урал Екатеринбург», который проходил на стадионе «Открытие Арена» в Москве по адресу Волоколамское шоссе, д. 69, 107553.

Указанная реклама размещалась на стадионе «Открытие Арена» на установленных по периметру футбольного поля светодиодных экранах в виде движущейся надписи «ОЛИМП» в сопровождении медальона красного цвета с желтым венком из оливковой ветви внутри и указания на «благотворительный фонд», выполненного мелким шрифтом.

Согласно объяснений ОАО «Футбольный клуб «Спартак-Москва» на стадионе «Открытие Арена» распространялась реклама Благотворительного фонда «ОЛИМП», на что указывалось в рекламе.

Вместе с тем реклама фиксирует внимание потребителей на товарном знаке «ОЛИМП» (его элементах) - словесном обозначении «ОЛИМП» и медальоне красного цвета с желтым венком из оливковой ветви внутри.

Товарный знак «ОЛИМП» зарегистрирован Роспатентом по свидетельству № 550357 с приоритетом от 15.11.2013 (далее — товарный знак «ОЛИМП») и действует в отношении товаров и/или услуг 41 класса МКТУ (41 — игры азартные; организация досуга; организация лотерей; предоставление услуг игровых залов; услуги казино (игры)).

Товарный знак «ОЛИМП» включает словесное обозначение «ОЛИМП», размещенное в центре знака и определяющее ширину знака, над центральным элементом расположены медальон красного цвета с желтым венком из оливковой ветви внутри и вензели, расходящиеся от медальона на ширину знака, под центральным элементом располагаются полоска символического орнамента «меандр», отделяющая словосочетание «На вершине победы» от центрального элемента.

Товарный знак «ОЛИМП» используется Благотворительным фондом содействия деятельности в области физической культуры и спорта «ОЛИМП» (далее - Благотворительный фонд «ОЛИМП»), учрежденным в 2015 году ООО «БК «ОЛИМП» для целей популяризации спорта в России и пропаганды здорового образа жизни.

ООО «БК «ОЛИМП» на основании лицензии № 26 от 25.12.2012 осуществляет деятельность по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах.

Правообладателем товарного знака «ОЛИМП» является <...>, она же является президентом Благотворительного фонда «ОЛИМП» и учредителем компании ООО «Лаки».

Словесное обозначение «ОЛИМП», изобразительный элемент в виде медальона красного цвета с желтым венком из оливковой ветви внутри, словосочетание «На вершине победы» и полоска символического орнамента «меандр» применяется букмекерской конторой ООО «БК «ОЛИМП» на официальных сайтах <http://olimp.kz>, <http://olimp.com> в качестве средств индивидуализации для обозначения своей деятельности и азартных игр.

Согласно пункту 13 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №122 от 13.12.2007 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» вопрос о сходстве до степени смешения обозначений является вопросом факта и по общему правилу может быть разрешен без назначения экспертизы.

В товарном знаке обозначение «ОЛИМП» и медальон красного цвета с желтым венком из оливковой ветви внутри (далее — красный медальон) доминируют над остальными элементами знака. Словосочетание «На вершине победы» выполнено мелким шрифтом и не достигает ширины знака. Данное словосочетание, вензели и полоска символического орнамента «меандр» (далее — орнамент «меандр»), являются второстепенными по отношению к доминирующим элементам.

Основной содержательный акцент рассматриваемой рекламы заключается в демонстрации доминирующих элементов товарного знака «ОЛИМП» (обозначения «ОЛИМП» и красного медальона), служащего для индивидуализации азартных игр и деятельности по их организации.

Товарный знак «ОЛИМП» и средства индивидуализации, использованные в рекламе и на сайтах букмекерской конторы «ОЛИМП» и Благотворительного фонда «Олимп», обладают очевидным сходством и идентичными характерными чертами – общее композиционное решение, идентичный шрифт для обозначения наименований, совпадающие текстовые и изобразительные элементы – красный медальон, орнамент «меандр».

Отличие использованных на сайтах и в рекламе средств индивидуализации от товарного знака «ОЛИМП» сводится к отсутствию некоторых второстепенных элементов и к незначительным отличиям в расположении некоторых элементов. На сайтах букмекерской конторы «ОЛИМП» и в рекламе отсутствуют такой элемент товарного знака, как вензели. На сайтах букмекерской конторы «ОЛИМП» орнамент «меандр» пущен лентой в качестве границы, отделяющей на каждой странице

сайта средства индивидуализации от остальной информации. В рекламе красный медальон размещен справа от обозначения «ОЛИМП», и словосочетание «На вершине победы» замещено указанием на «благотворительный фонд». На сайте Благотворительного фонда «Олимп» в заголовке главной страницы отсутствуют такие элементы товарного знака, как орнамент «меандр» и словосочетание «На вершине победы», при этом товарный знак «ОЛИМП» используется без изменений на мероприятиях фонда, о чем свидетельствуют фотографии размещенные на сайте фонда.

В целом такие отличия не влияют на общее восприятие использованных на сайтах и в рекламе средств индивидуализации, как товарного знака «ОЛИМП».

Товарный знак «ОЛИМП» и словесное обозначение, использованное в названии ООО «БК «ОЛИМП» и Благотворительного фонда «ОЛИМП», являются сходным до степени смешения за счет фонетического сходства, одинакового графического исполнения и визуального доминирования одного из элементов («ОЛИМП»), использования совместно с обозначением «ОЛИМП» изображения красного медальона, и того факта, что имеющиеся отличия не влияют на различительную способность обозначения «ОЛИМП» в целом.

Визуальное сравнение словесных и изобразительных элементов, использованных в рекламе и в оформлении сайтов букмекерской конторы «ОЛИМП» и Благотворительного фонда «ОЛИМП», позволяет заключить о наличии графического и словесного тождества с товарным знаком «ОЛИМП».

Товарный знак формирует и поддерживает интерес ко всем товарам, для которых он зарегистрирован. Товарный знак «ОЛИМП» зарегистрирован в том числе на игры азартные; организация лотерей; предоставление услуг игровых залов; услуги казино (игры).

Поскольку в рекламе внимание потребителя фиксируется на товарном знаке «ОЛИМП» за счет визуального доминирования над иными обозначениями в рекламе, именно на нем лежит основная смысловая нагрузка, и товарный знак формирует и поддерживает интерес ко всем товарам, для которых он применяется.

В названии обеих организаций (букмекерской конторы и благотворительного фонда) использован товарный знак «ОЛИМП» и на нем в рекламе концентрируется внимание потребителей за счет визуального доминирования над иными обозначениями.

В рекламе указание на «благотворительный фонд» выполнено мелким нечитаемым шрифтом желтого цвета на черном фоне и размещено на уровне газонного покрытия поля, что в условиях постоянного движения рекламного сообщения практически лишает потребителей возможности воспринимать визуально данное указание.

Следовательно, в данной рекламе товарный знак «ОЛИМП» призван формировать и поддерживать интерес потребителей в том числе к азартным играм и игорному заведению - букмекерской конторе «ОЛИМП».

Учитывая изложенное, реклама с использованием товарного знака «ОЛИМП»,

распространявшаяся на стадионе «Открытие Арена» на установленных по периметру футбольного поля светодиодных экранах в виде движущейся надписи «ОЛИМП. Благотворительный фонд», призвана одновременно формировать, поддерживать интерес и способствовать реализации азартных игр и должна рассматриваться в том числе как реклама игорного заведения букмекерской конторы «ОЛИМП».

В соответствии с частью 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 Федеральным законом «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной рекламой 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.

Федеральным законом от 29.12.2006 № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты РФ» (далее — ФЗ № 244-ФЗ) определены правовые основы государственного регулирования деятельности по организации и проведению азартных игр на территории Российской Федерации, а также установлены ограничения осуществления данной деятельности в целях защиты нравственности, прав и законных интересов граждан.

В соответствии со статьей 4 ФЗ № 244-ФЗ азартная игра - это основанное на риске соглашение о выигрыше, заключенное двумя или несколькими участниками такого соглашения между собой либо с организатором азартной игры по правилам, установленным организатором азартной игры; деятельность по организации и проведению азартных игр - это деятельность, направленная на заключение основанных на риске соглашений о выигрыше с участниками азартных игр.

Согласно пункту 14 статьи 4 ФЗ № 244-ФЗ букмекерская контора - игорное заведение, в котором организатор азартных игр заключает пари с участниками данного вида азартных игр.

Частью 2 статьи 27 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» определен перечень мест, где допускается реклама основанных на риске игр, пари:

в теле- и радиопрограммах с 22 до 7 часов местного времени;

в зданиях, строениях, сооружениях, в которых проводятся такие игры, пари, за исключением объектов транспортной инфраструктуры (вокзалов, аэропортов,

станций метрополитена и других подобных объектов);

в периодических печатных изданиях, на обложках и в выходных данных которых содержится информация о специализации указанных изданий на сообщениях и материалах рекламного характера, а также в периодических печатных изданиях, предназначенных для работников организатора азартных игр и (или) участников таких игр, находящихся в границах игорных зон.

При этом, согласно части 3 статьи 27 Закона о рекламе указанные требования распространяются соответственно на рекламу организатора основанных на риске игр, рекламу сопутствующих азартным играм услуг и рекламу игорного заведения, в том числе рекламу мест осуществления деятельности по оказанию сопутствующих азартным играм услуг.

Изложенные обстоятельства позволяют заключить, что реклама с использованием товарного знака «ОЛИМП», распространявшаяся на стадионе «Открытие Арена» во время матча «Спартак Москва - Урал Екатеринбург» с указанием на благотворительный фонд, призвана одновременно формировать и поддерживать интерес неопределенного круга лиц к букмекерской конторе «ОЛИМП» и должна рассматриваться как реклама букмекерской конторы «ОЛИМП», следовательно, реклама последней осуществляется под видом рекламы другого хозяйствующего субъекта – Благотворительного фонда «ОЛИМП».

Таким образом, под видом рекламы Благотворительного фонда «ОЛИМП» фактически на рекламном щите на стадионе «Открытие Арена» распространялась реклама букмекерской конторы «ОЛИМП», запрещенная к распространению данным способом в силу требований пункта 3 части 2 статьи 5, части 2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама нарушает пункт 3 части 2 статьи 5, часть 2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе».

Рассматриваемая реклама распространялась на стадионе «Открытие Арена» во время каждого матча в рамках Чемпионата России среди клубов Премьер-Лиги на основании договора от 11.09.2015 на оказание услуг по размещению рекламы, заключенного ООО «Лаки» с ОАО «Футбольный клуб «Спартак-Москва».

Согласно пункту 1 дополнительного соглашения к указанному договору ОАО «Футбольный клуб «Спартак-Москва» обязуется оказать ООО «Лаки» услуги по размещению рекламы общей продолжительностью 4,5 минуты (4 минуты в основное время матча и 30 секунд в перерыве матча) на LED-экранах (светодиодных экранах), расположенных по периметру поля Стадиона «Открытие Арена», во время каждого матча в рамках Чемпионата России среди клубов Премьер-Лиги.

Таким образом, рекламодателем указанной рекламы является ОАО «Футбольный клуб «Спартак-Москва» (юридический адрес: ул. Новорязанская, д. 31/7, корп. 24, г. Москва, 107066; ОГРН 1027739020760, ИНН

7728212268 , КПП 770101001 ; дата регистрации: 29.07.2002).

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.

ОАО «Футбольный клуб «Спартак-Москва» имела возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако Обществом не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ОАО «Футбольный клуб «Спартак-Москва» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы букмекерской конторы «Олимп» на стадионе «Открытие Арена» во время каждого матча в рамках Чемпионата России среди клубов Премьер-Лиги .

Руководствуясь пунктом 2 части 3 статьи 5, частью 6 статьей 38 Федерального закона «О рекламе», частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ОАО «Футбольный клуб «Спартак Москва» меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение законодательства о рекламе в размере 100 000 рублей.

- -

- 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 avdegtyarova@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