

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 3-21-15/00-08-14**

**«11» июля 2014 г.**

**г. Москва**

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <..>,

рассмотрев материалы о распространении рекламы водки «Хортиця» в художественном фильме «Вий», вышедшем в прокат на территории Российской Федерации 20 января 2014 года,

в присутствии:

представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

<...>,

Федеральный проект «Трезвая Россия» - уведомлен надлежащим образом, не явился,

**УСТАНОВИЛА:**

В ФАС России поступило обращение Федерального проекта «Трезвая Россия» о рекламе водки «Хортиця», размещенной в художественном фильме «Вий».

В художественном фильме «Вий», вышедшем в прокат на территории Российской Федерации 30 января 2014 года, были размещены изображения зарегистрированных на территории Российской Федерации товарных знаков, индивидуализирующих водку «Хортиця», которые включают в себя изображение стилизованной буквы «Х», а также словесное обозначение «Хортиця», написанное стилизованным шрифтом, с заглавной буквой «Х» в виде косых черт, скрещенных ниже середины, утолщенных вверху и утонченных внизу.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это 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 пункту 9 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» настоящий закон не распространяется на упоминание о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера.

Органично интегрированной в то или иное произведение можно признать информацию о товаре или лице, которая является составной частью общего сюжета произведения (отдельной его части) и выступает в качестве дополнительной характеристики героя или созданной ситуации. При этом, такие товар или организация не представлены в виде, когда внимание концентрируется именно на них, на их достоинствах и иных характеристиках, они не подменяют главных персонажей в произведении (отдельной его части), не нарушают сюжета и не могут быть изъяты из него без ущерба для целостного восприятия произведения.

В указанном художественном фильме «Вий» изображение товарного знака «Хортиця», индивидуализирующего водку «Хортиця», демонстрируется в заключительных кадрах фильма, на дорожном указателе с тремя табличками «Лондон», «Хортиця», «Москва».

При этом по сюжету художественного фильма упоминание «Хортиця» не используется в словесном или буквенном выражении для характеристики местоположения, местности или объекта.

Кроме того, данный видеоряд не может быть признан органично интегрированным в художественный фильм и непосредственно связанным с сюжетом фильма «Вий» по географическому признаку, поскольку содержит не просто название географического объекта, носящего тождественное название с названием водки «Хортиця», а также и изображение стилизованной буквы «Х», что в том числе, в совокупности с графическим сходством изображения с товарным знаком, не может быть никаким образом связано с конкретным географическим объектом — островом на реке Днепр. Используемые элементы зарегистрированы в качестве товарных знаков Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам под номерами 283998 от 14.03.2005, 384359 от 22.07.2009 и 427135 от 30.12.2010 и индивидуализируют водку «Хортиця».

Таким образом, словесное обозначение «Хортиця» и стилизованную букву «Х», индивидуализирующие водку «Хортиця» на дорожном указателе, нельзя признать органично интегрированными в художественный фильм «Вий», вышедший в прокат на территории Российской Федерации 30 января 2014 года.

Аналогичный вывод также был сделан на заседании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при ФАС России (консультативно-совещательный орган), состоявшемся 28 февраля 2014 года. Экспертный совет признал демонстрацию товарного знака «Хортиця» в художественном фильме «Вий» не подпадающей под исключение из сферы действия Федерального закона «О рекламе», установленное пунктом 9 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные 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 установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с пунктом 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25 декабря 1998 года № 37 информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Кроме того, в соответствии с пунктом 2 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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).

Используемое в художественном фильме обозначение зарегистрировано как товарные знаки в реестре Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам под №№ 384359 от 22.07.2009, 427135 от 30.12.2010, 347329 от 03.04.2008, 283998 от 14.03.2005, относится к 33 классу МКТУ (алкогольные напитки) и используется для индивидуализации алкогольной продукции — водки «Хортиця», широко представленной на рынке Российской Федерации.

Таким образом, указанные словесное обозначение «Хортиця» и стилизованная буква «Х», размещенные на дорожном указателе в художественном фильме «Вий», непосредственно ассоциируется у потребителя с водкой «Хортиця», и как следствие направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к указанному продукту, соответственно является рекламой водки «Хортиця».

В соответствии с частью 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 дегустационных залах таких торговых объектов.

Таким образом, при использовании в художественном фильме «Вий», вышедшем в прокат 30 января 2014 года, рекламы товарных знаков со словесным обозначением «Хортиця» и стилизованной буквой «Х», усматриваются признаки нарушения части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Из объяснений и документов, представленных ООО «Юниверсал Пикчерс Интернэшнл», следует, что ООО «Юниверсал Пикчерс Интернэшнл» заключило с ООО «Русская Фильм Группа» лицензионное соглашение от 21 ноября 2013 года (далее - Соглашение) о предоставлении прав на использование кинофильма «Вий», 3D формат, 2013 год, режиссер Олег Степанченко.

В соответствии со статьей 2 Соглашения его предметом является передача

обществом ООО «Русская Фильм Группа» определенных прав обществу ООО «Юниверсал Пикчерс Интрнэшнл» в отношении кинофильма «Вий» следующими способами:

воспроизведение кинофильма или любых его фрагментов посредством изготовления позитивных копий или цифровых копий с цифровых файлов, переданных ООО «Русская Фильм Группа»;

распространение кинофильма «Вий» путем предоставления позитивных или цифровых копий кинофильма в кинотеатры для использования в кинотеатрах;

использование любых фрагментов и/или элементов кинофильма «Вий» для того, чтобы рекламировать, продвигать и распространять информацию о кинофильме на любых носителях, любыми средствами и способами, известными в настоящее время или изобретенными впоследствии, при условии добросовестного консультирования и согласования с ООО «Русская Фильм Группа» маркетинговой стратегии для кинофильма;

изготовление, редактирование, воспроизведение и использование трейлеров кинофильма «Вий» и/или любых других рекламных и информационных материалов, предназначенных для рекламы и продвижения показа кинофильма.

Таким образом, ООО «Русская Фильм Группа» является производителем и правообладателем кинофильма «Вий», соответственно также является рекламопроизводителем рекламы водки «Хортиця», размещенной в художественном фильме «Вий».

По существу предъявляемых претензий ООО «Русская Фильм Группа» пояснило, как в письменной форме, так и на заседании Комиссии, что используемое в фильме изображение не тождественно товарному знаку «Хортиця», и не может восприниматься как реклама водки «Хортиця».

Кроме того, ООО «Русская Фильм Группа» полагает, что в фильме отсутствуют признаки рекламы, так как непосредственное размещение рекламы алкогольной продукции под товарным знаком «Хортиця» в художественном фильме «Вий» не производилось. По мнению ООО «Русская Фильм Группа», изображение перекрещенных в центре казачьих шашек («казацкой ласточки») существенно отличается от зарегистрированных товарных знаков «Хортиця».

По мнению ООО «Русская Фильм Группа», Общество не является рекламораспространителем и субъектом правонарушения, поскольку отсутствуют договорные отношения между ООО «Русская Фильм Группа» и обладателем товарного знака «Хортиця».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 8 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в части 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Проанализировав представленные лицами, участвующими в деле, документы ФАС России пришел к следующим выводам.

Рекламопроизводителем рекламы водки «Хортиця» в художественном фильме

«Вий», вышедшем в прокат на территории Российской Федерации 30 января 2014 года, является ООО «Русская Фильм Группа» (юридический адрес: ул. Бойцовая, д. 22, стр. 3, г. Москва, 107150; КПП 771801001; ИНН 7714724192; ОГРН 1077764469375), и его действия привели к нарушению законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рекламораспространителем рекламы водки «Хортиця» в художественном фильме «Вий», вышедшем в прокат 30 января 2014 года, является ООО «Юниверсал Пикчерс Интернэшнл» (адрес: Пресненская набережная, д. 10, блок А, 13 этаж, г. Москва, 123317; ОГРН 1097746032944; ИНН 7703693915; КПП 770301001).

Руководствуясь частью 2.1 статьи 21, пунктом 1 части 2 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:**

1. Признать ненадлежащей рекламу водки «Хортиця» с использованием товарных знаков «Хортиця», распространявшуюся в художественном фильме «Вий», вышедшем в прокат на территории Российской Федерации 30 января 2014 года, нарушающей часть 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Русская Фильм Группа» предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ООО «Юниверсал Пикчерс Интернэшнл» предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «Русская Фильм Группа».

Решение изготовлено в полном объеме 07 октября 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

**ПРЕДПИСАНИЕ**  
**о прекращении нарушения**  
**законодательства Российской Федерации о рекламе**  
**по делу № 3-21-15/00-08-14**

**11 июля 2014 г.**

**г. Москва**

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <..>,

на основании своего решения от 11 июля 2014 по делу № 3-21-15/00-08-14 о признании ненадлежащей рекламы водки «Хортиця» с использованием товарных знаков «Хортиця», распространяющуюся в художественном фильме «Вий», вышедшем в прокат на территории Российской Федерации 30 января 2014 года, нарушающей часть 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

**ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. ООО «Русская Фильм Группа» (юридический адрес: ул. Бойцовая, д. 22, стр. 3, г. Москва, 107150; КПП 771801001; ИНН 7714724192; ОГРН 1077764469375) прекратить нарушение требований части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы водки «Хортиця» в художественном фильме «Вий», вышедшем в прокат 30 января 2014 года.

Срок исполнения предписания 30 дней со дня получения настоящего предписания.

2. ООО «Русская Фильм Группа» представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1, настоящего предписания до 30 ноября 2014 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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

