

ООО «Столичная торговая компания»

127025, г. Москва,
ул. Новый Арбат, д. 19

121165, г. Москва,
Кутузовский пр-т, д. 48

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «03» июня 2014 года.

В полном объеме решение изготовлено «19» июня 2014 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – (____),

членов Комиссии – (____), (____), (____), (____), (____),

рассмотрев материалы дела № 3-21-36/77-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Столичная торговая компания» рекламы водки «BELUGA», с признаками нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 2.1 ст. 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Столичная торговая компания» (____) (доверенность от 18.04.2014),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-21-36/77-14 возбуждено в отношении ООО «Столичная торговая компания» на основании обращений физических лиц (вх. № 1227 от 17.01.2014, № 1487 от 20.01.2014) по факту распространения в витрине магазина «Глобус Гурмэ» (адрес: г. Москва, ул. Большая Якиманка, д. 22) рекламы водки «BELUGA».

Комиссия Московского УФАС России, исследовав материалы дела, оценив доказательства в их совокупности и взаимной связи, установила следующее.

ООО «Столичная торговая компания» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1027704007286, ИНН 7704245521, КПП 770401001.

Согласно материалам дела № 3-21-36/77-14 ООО «Столичная торговая компания» в магазине «Глобус Гурмэ» (адрес: г. Москва, ул. Большая Якиманка, д. 22) посредством торгового оборудования размещалась реклама водки «BELUGA».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама — 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования — товар, средство 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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 соответствии с частью 4 статьи 2 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 представленных в материалах настоящего дела документов установлено, что в магазине «Глобус Гурмэ» (адрес: г. Москва, ул. Большая Якиманка, д. 22) размещено торговое оборудование (конструкция), на котором выставлена алкогольная продукция (водка «BELUGA»), производства ОАО «Мариинский ликеро-водочный завод». При этом отдельные элементы названной конструкции содержат изображение обозначения «BELUGA».

Словесное обозначение «BELUGA» согласно данным реестра ФГБУ Федеральный институт промышленной собственности зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении 33 класса МКТУ (алкогольные напитки, водка). Кроме того, в названном реестре содержатся сведения о зарегистрированных графических товарных знаках, исполненных в виде изображения бутылки водки «BELUGA», в том числе в виде бутылки, демонстрация которой осуществлялась посредством торгового оборудования в магазине «Глобус Гурмэ» (товарный знак по свидетельству № 460694).

Таким образом, информация, распространенная с использованием оформленного бутылками алкогольной продукции торгового оборудования, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а именно водке «BELUGA».

Исходя из законодательного определения понятия рекламы, одним из критериев отнесения той или иной информации к рекламе является направленность такой информации неопределенному кругу лиц.

При этом под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Согласно материалам рассматриваемого дела торговое оборудование, размещенное в магазине «Глобус Гурмэ» (адрес: г. Москва, ул. Большая Якиманка, д. 22), располагалось в непосредственной близости от оконного проема, в связи с чем размещенная на нем информация была доступна для всеобщего обозрения, в том числе и лицам не являющимся посетителями названного магазина.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлено, что спорная информация является общедоступной для неопределенного круга лиц потребителей рекламы.

На основании изложенного, рассматриваемая информация, распространенная в магазине «Глобус Гурмэ» (адрес: г. Москва, ул. Большая

Якиманка, д. 22) , признана Комиссией Московского УФАС России рекламой.

Размещение рассматриваемой рекламы в магазине «Глобус Гурмэ» (адрес: г. Москва, ул. Большая Якиманка, д. 22) осуществлялось на основании договора возмездного оказания услуг № 322 от 01.10.2010, а также приложения № 5 от 24.10.2013 к указанному договору, заключенных между ОАО «Мариинский ЛВЗ» и ООО «Столичная торговая компания».

В соответствии с предметом договора возмездного оказания услуг № 322 от 01.10.2010 ООО «Столичная торговая компания» обязалось по заданию ОАО «Мариинский ЛВЗ» оказать последнему услуги, направленные на продвижение товаров (услуг) ОАО «Мариинский ЛВЗ».

Согласно пунктам 1, 1.1 приложения № 5 от 24.10.2013 к договору возмездного оказания услуг № 322 от 01.10.2010 ООО «Столичная торговая компания» обязалось по заданию ОАО «Мариинский ЛВЗ» в целях продвижения продукции — водки «Beluga Noble», оказать услуги по размещению на территории торговых залов торговых точек фирменного торгового оборудования — стенов с инсталляцией, и обеспечению постоянной продажи с них названной продукции. При этом стенды с продукцией размещаются в наиболее заметной для потребителей зоне, отдельно от другого товара.

Под «торговыми точками» согласно условиям рассматриваемого приложения понимаются гастрономы «Глобус Гурмэ», принадлежащие ООО «Столичная торговая компания» либо связанные с ним договором, в которых ООО «Столичная торговая компания» обязуется оказывать услуги, предусмотренные приложением.

Исходя из условий приложения № 5 от 24.10.2013 к договору возмездного оказания услуг № 322 от 01.10.2010, размещение фирменного торгового оборудования осуществлялось ООО «Столичная торговая компания» в том числе, и в торговой точке, расположенной по адресу: г. Москва, ул. Большая Якиманка, д. 22.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель — лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламораспространителем рекламы водки «BELUGA» является ООО «Столичная торговая компания».

В соответствии с ч. 2.1 ст. 21 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.

В соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального закона от 22 ноября 1995 года

№ 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее — Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции») алкогольная продукция - 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, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно п. 10 ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» водка - спиртной напиток, который произведен на основе этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и воды, с содержанием этилового спирта от 38 до 56 процентов объема готовой продукции.

Таким образом, установлено, что распространенная ООО «Столичная торговая компания» реклама водки «BELUGA» является рекламой алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции.

Основным видом деятельности ООО «Столичная торговая компания» в соответствии с уставом названного Общества является розничная и оптовая торговля, в том числе, но не ограничиваясь этим, продуктами питания, алкогольными и безалкогольными напитками, сопутствующими и промышленными товарами, а также рекламная деятельность.

Установлено, что ООО «Столичная торговая компания» на основании лицензии ПР № 016973 имеет право на осуществление розничной продажи алкогольной продукции по адресу: г. Москва, ул. Большая Якиманка, д. 22.

Таким образом, распространение рекламы водки «BELUGA» осуществлялось ООО «Столичная торговая компания» на территории стационарного торгового объекта, реализующего алкогольную продукцию.

Однако, по мнению антимонопольного органа, реклама алкогольной продукции должна размещаться в стационарном торговом объекте таким образом, чтобы быть направленной на потребителей, находящихся внутри территорий таких объектов.

Данный вывод Комиссии Московского УФАС России подтверждается письмом ФАС России, представленном в материалах рассматриваемого дела (вх. № 18188 от 02.06.2014).

Торговое оборудование, размещенное в магазине «Глобус Гурмэ», представляет собой конструкцию, на которой выставлен товар (водка «BELUGA»), а также размещена надпись «BELUGA NOBLE RUSSIAN VODKA». При этом указанная надпись размещена на торговом оборудовании таким образом, что доступна для обозрения исключительно лицам, находящимся вне торгового объекта.

Также стоит отметить, что выставленные на торговом оборудовании бутылки водки «BELUGA» обращены лицевой стороной (этикеткой) в сторону торгового зала. Однако контрэтикетка названного товара, содержащая обозначение «BELUGA», была доступна для всеобщего обозрения.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлено, что несмотря на факт размещения спорной рекламы в стационарном торговом объекте, осуществляющем реализацию алкогольной продукции, данная реклама была направлена на потребителей, находящихся вне такого торгового объекта.

Несмотря на то, что сама по себе информация, размещенная на товаре, не является рекламой ввиду положений части 2 статьи 2 Закона о рекламе, в настоящем случае Комиссия Московского УФАС России оценивается способ распространения рассматриваемой рекламы в совокупности с иными фактическими обстоятельствами дела. Как указывалось выше, указанная реклама состоит из ряда надписей, содержащих объект рекламирования и направленных на обозрение потребителем рекламы, находящимся вне стационарного торгового объекта (пешеходы, водители, иные). Таким образом, выставление товара в витрине с целью обозрения данного товара, в том числе выше поименованными лицами, рассматривается Комиссией Московского УФАС России как часть спорной рекламы.

На основании изложенного и с учетом того, что реклама водки «BELUGA» размещалась для целей восприятия ее потребителями рекламы, находящимися вне стационарного торгового объекта (при этом, часть рекламы — исключительно для таких лиц), Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о нарушении в рассматриваемом случае части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 5 ч. 2 ст. 21 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.

Комиссией Московского УФАС России в ходе рассмотрения настоящего дела установлено, что торговое оборудование, посредством которого осуществлялось распространение рекламы водки «BELUGA» было установлено в непосредственной близости от оконного проема здания, однако способ его размещения (крепления) не подпадает под понятие наружной рекламной конструкции, определенной в статье 19 Закона о рекламе.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России при

распространении рекламы водки «BELUGA» не установлено нарушение п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение рекламы водки «BELUGA», размещенной посредством торгового оборудования в магазине «Глобус Гурмэ» (адрес: г. Москва, ул. Большая Якиманка, д. 22) является ненадлежащим.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Между тем, приложением № 5 от 24.10.2013 к договору возмездного оказания услуг № 322 от 01.10.2010, установлен срок размещения рассматриваемой рекламы, а именно период с 30.11.2013 по 30.01.2014.

Таким образом, на момент вынесения настоящего решения спорная реклама водки «BELUGA» не распространяется.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО «Столичная торговая компания» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «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 ненадлежащим распространение ООО «Столичная торговая компания» рекламы водки «BELUGA», размещенной посредством торгового оборудования в магазине «Глобус Гурмэ» (адрес: г. Москва, ул. Большая Якиманка, д. 22), поскольку при ее распространении нарушены требования части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

2. Не выдавать ООО «Столичная торговая компания» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением сроков привлечения к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии ()

Члены Комиссии ()

()

()

()

()

Исполнитель: тел. 8 (495) 784-75-05 (доб. 159)