

ООО «Спорттовары Боско»

119049, г. Москва,
2-й Спасоналивковский переулок,
д. 6

109012, г. Москва,
Ветошный пер., д. 17

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 73
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-394/77-14

«01» августа 2014 года

г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве (___), рассмотрев протокол № А-56 от 11.07.2014 и материалы дела № 4-14.3-394/77-14 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Спорттовары Боско», в связи с нарушением п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившимся в распространении в период с 09.06.2013 по 04.08.2013 в эфире Первого канала (ОАО «Первый канал», лицензия на осуществление телевизионного вещания телеканала серия ТВ № 21299 от 10.07.2012) в рамках телепередачи «Вышка», рекламы купальных костюмов, реализующихся под товарным знаком «Joss» (по свидетельству № 241545), содержащей не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

в присутствии представителя ООО «Спорттовары Боско» (___).(доверенность № СП/140701/01 от 01.07.2014),

УСТАНОВИЛ:

ООО «Спорттовары Боско» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1037706029184, ИНН 7706301877, КПП 770601001.

ООО «Спорттовары Боско» в период с 09.06.2013 по 04.08.2013 распространило в эфире Первого канала (ОАО «Первый канал», лицензия на осуществление телевизионного вещания телеканала серия ТВ № 21299 от 10.07.2012) в рамках телепередачи «Вышка», рекламу купальных костюмов, реализующихся под товарным знаком «Joss» (по свидетельству № 241545), на которых размещено средство индивидуализации «BOSCO», содержащую не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Решением Комиссии Московского УФАС России по рассмотрению дела № 3-5-12/77-14 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе от 12.05.2014 в рассматриваемой рекламе установлено нарушение требований пункта 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе).

В период с 09.06.2013 по 04.08.2013 в эфире Первого канала (ОАО «Первый канал», лицензия на осуществление телевизионного вещания телеканала серия ТВ № 21299 от 10.07.2012) транслировалась телепередача «Вышка». Участниками телепередачи «Вышка» являлись известные певцы, телеведущие, спортсмены и актеры, одетые в купальные костюмы.

Телепередача «Вышка» транслировалась ОАО «Первый канал» на основании Договора № 469 об отчуждении исключительного права от 06.05.2008, заключенного между ОАО «Первый канал» и ООО «Красная студия», а также Приложения к Договору № 68 от 24.05.2013.

В рамках исполнения Договора поставки № 130315/П от 15.03.2013, заключенного между ООО «Спорттовары Боско» и ООО «КРАСНЫЙ КВАДРАТ», ООО «Спорттовары Боско» реализовало ООО «КРАСНЫЙ КВАДРАТ» товары (купальные костюмы «BOSCO») для использования в съемках рассматриваемой телепередачи «Вышка».

Согласно условиям Договора № 130315/П от 15.03.2013 ООО «Спорттовары Боско» полностью гарантировало наличие всех необходимых прав на реализуемые товары.

В результате анализа документов и материалов, представленных «Спорт ретейл лтд», ООО «Спортмастер», а также согласно письменным пояснениям ООО «Спорттовары Боско», имеющимся в материалах дела № 3-5-12/77-14, на купальных костюмах участников телевизионной программы «Вышка», производимых и реализуемых под товарным знаком «Joss» (по свидетельству № 241545, правообладатель «Спорт ретейл лтд»), размещены средства индивидуализации «BOSCO».

При этом, в ряде случаев размещение средства индивидуализации «BOSCO» сопряжено с размещением средства индивидуализации «Joss», в иных случаях товарный знак «Joss» убран. При этом, средства индивидуализации «BOSCO» и «Joss»

используется при реализации хозяйствующими субъектами купальных костюмов, то есть предназначены, в том числе, для индивидуализации данного класса товаров.

Данный факт не оспаривался представителями сторон в ходе рассмотрения дела № 3-5-12/77-14, подтверждается как письменными пояснениями ООО «Спорттовары Боско» и ООО «КРАСНЫЙ КВАДРАТ» и объяснительной должностного лица ООО «Спорттовары Боско» () от 29.01.2014.

Данный факт также подтверждается в ходе изучения записей телепередачи «Вышка».

Таким образом, установлено, что в период с 09.06.2013 по 04.08.2013 в эфире ОАО «Первый канал» транслировалась телепередача «Вышка», ряд участников которой был одет в купальные костюмы, производимые и реализуемые под товарным знаком «Joss» (по свидетельству № 241545, правообладатель «Спорт ретейл лтд»), на которых были размещены средства индивидуализации «BOSCO». В ряде случаев размещение средства индивидуализации «BOSCO» сопряжено с размещением средства индивидуализации «Joss», в иных случаях товарный знак «Joss» не виден совсем.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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. В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с пунктами 7, 8 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, данный Закон не распространяется на информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке, а также на любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару.

В тоже время, 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).

Решая вопрос об отнесении факта размещения товарного знака «BOSCO» на купальных костюмах, производимых и реализуемых под товарным знаком «Joss», в телепередачи «Вышка», должностное лицо Московского УФАС России основывается

на следующем.

В соответствии с проведенным ОАО «ВЦИОМ» исследованием по определению мнения респондентов относительно позиционирования товаров, маркированных обозначениями «BOSCO» и использованных в программе «Вышка», вышедшей в эфире ОАО «Первый канал», сделаны следующие фактические выводы:

более половины опрошенных (59,8%) придерживаются точки зрения, что участники телепередачи «Вышка» были одеты в спортивные костюмы одного бренда, при этом самым популярным ответом стал бренд «BOSCO» (34,5%);

у двух третей респондентов (65,3%) создалось впечатление, что одежда участников передачи производит компания «BOSCO»;

по мнению подавляющего большинства опрошенных (86,9%) размещение на одежде участников логотипа «BOSCO» является рекламой данного бренда, а также, по их мнению, является рекламой — размещение бренда «BOSCO» на купальных костюмах компании «Joss» (82,8%).

В соответствии с представленными ОАО «Первый канал» в материалы дела № 3-5-12/77-14 социологическими данными программы «Вышка» (по данным TNS Media Reserch), средний рейтинг телепередачи составляет 4,4, доля — 15,3%.

В соответствии с позицией антимонопольного органа, оценка рекламы, в первую очередь, должна осуществляться с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В ходе просмотра телепередачи «Вышка» телезритель не обладает соответствующими познаниями (о гражданско-правовых отношениях сторон), а равно не имеет возможности объективно оценить лицо (лица) поставляющие те или иные товары, демонстрируемые в телепередаче.

В тоже время, использование в телевизионной передаче, выходящей в эфире федерального телеканала с соответствующим рейтингом, участниками которой являются известные певцы, телеведущие, спортсмены и актеры, одежды (купальные костюмы) определенного производителя безусловно направлено на привлечение внимания к товарам данного производителя, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

На основании вышеизложенного, представляется однозначным, что средство индивидуализации «BOSCO» на данных купальных костюмах рассматривается потребителями именно как маркировка производителя товара (учитывая, что средствами индивидуализации «BOSCO» и «Joss» используются в том числе для маркировки купальных костюмов), а равно ведет к увеличению спроса на товар в силу ассоциации его с обозначенными известными певцами, телеведущими, спортсменами и актерами.

В соответствии с пунктом 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

По смыслу приведенных нормативных положений реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. При этом те или иные способ, форма и средства распространения соответствующей информации могут предполагать различный рынок воздействия, в том числе тот или иной локальный рынок, на котором существует определенная конкурентная среда и

определенные потребители рекламы.

Как указывалось выше, по мнению подавляющего большинства потребителей размещение на одежде участников логотипа «BOSCO» является рекламой данного бренда. В рассматриваемом случае реклама товара сопряжена и исходит из демонстрации как самого товара, так и средства индивидуализации рекламируемого товара.

При этом, представляется очевидным, что размещение на купальных костюмах иного производителя товарного знака «BOSCO» (сопряженного, в том числе, с исключением из внешнего вида купальных костюмов товарного знака настоящего производителя) воспринимается потребителем как указание на тот факт, что рекламируемый купальный костюм производит и (или) реализует именно ООО «Спорттовары Боско».

Между тем, указанный факт не соответствует действительности, так как рекламируемый товар имеет иных производителя и продавца, что в полной мере установлено материалами дела № 3-5-12/77-14 и не оспаривается сторонами по делу в ходе его рассмотрения.

На основании изложенного, оценив все приведенные доводы и обстоятельства в их совокупности и взаимосвязи, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рассматриваемом случае рекламы купальных костюмов, в которые одеты участники телепередачи «Вышка», а также нарушении пункта 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в силу содержания на рекламируемом товаре не соответствующих действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара - «BOSCO».

Ответственность за невыполнение требований, установленных пунктом 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Место совершения административного правонарушения: территория распространения телепередачи «Вышка», транслируемой в эфире Первого канала (ОАО «Первый канал», лицензия на осуществление телевизионного вещания телеканала серия ТВ № 21299 от 10.07.2012), в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 04 августа 2013 года (последний день распространения рассматриваемой рекламы в эфире Первого канала).

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что купальные костюмы, демонстрировавшиеся в телепередаче «Вышка», реализованы ООО «Спорттовары Боско» в том виде, в котором они использовались в съемках рассматриваемой телепередачи «Вышка». Объект рекламирования (средство индивидуализации «BOSCO») в данном случае определен ООО «Спорттовары Боско» путем приведения купальных костюмов, рекламируемых с использованием телепередачи «Вышка», в окончательный внешний вид, демонстрируемый телезрителю.

Резюмируя изложенное, ООО «Спорттовары Боско» являются рекламодателем рассматриваемой рекламы купальных костюмах участников телевизионной программе «Вышка» с использованием логотипа «BOSCO», реализующихся под

товарным знаком «Joss».

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В соответствии с ч. 1 ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с ч. 2 ст. 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ООО «Спорттовары Боско» состоит в распространении в период с 09.06.2013 по 04.08.2013 в эфире Первого канала (ОАО «Первый канал», лицензия на осуществление телевизионного вещания телеканала серия ТВ № 21299 от 10.07.2012) в рамках телепередачи «Вышка», рекламы купальных костюмов, реализующихся под товарным знаком «Joss» (по свидетельству № 241545), на которых размещено средство индивидуализации «BOSCO», с нарушением требований пункта 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе. Московским УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Таким образом, ответственность за нарушение требований пункта 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ несет ООО «Спорттовары Боско».

В соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, отягчающих административную ответственность, а также обстоятельств, смягчающих административную ответственность ООО «Спорттовары Боско».

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию, составляет 100 000 рублей.

Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 ФЗ «О рекламе», ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначить ООО «Спорттовары Боско» административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным 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 ст. 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 5 ст. 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в ч. 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ООО «Спорттовары Боско», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК МФ РФ по г. Москве (для Московского УФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному Федеральному округу г. Москва (краткое: Отделение 1 Москва)

ИНН 7706096339

КПП 770601001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45384000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-394/77-14.

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с п. 1 ст. 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение на 1 листе.

Заместитель руководителя

()