

Согласно списку адресатов

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 3-21-229/77-18**

«07» ноября 2018 г.

г. Москва

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

председателя Комиссии — <...>, членов Комиссии — <...>, <...>, рассмотрев дело № 3-21-229/77-18 по признакам нарушения <...>, <...>, <...>, <...> части 2.1, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), в присутствии <...> (лично), в отсутствие <...>, <...>, <...> (уведомлены надлежащим образом),

**УСТАНОВИЛА:**

Дело № 3-21-229/77-18 возбуждено Московским УФАС России на основании заявлений физического лица относительно распространения в феврале 2017 года рекламы водочной продукции «Пять озер» на транспортных средствах:

SKODA с государственным регистрационным номером

О 701 AP 750 RUS;

VOLKSWAGEN с государственным регистрационным номером С 816 MO 178 RUS;

NISSAN с государственным регистрационным номером У 050 ТУ 47 RUS;

HONDA с государственным регистрационным номером О 756 BB 116 RUS.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, выслушав доводы <...>, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

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.

На бортах указанных выше автомобилей было размещено изображение товарного знака «Пять озер» и слоган «Ы синем стекле защита вдвойне», что подтверждается фотографиями, представленными заявителем.

Исходя из содержания рассматриваемой рекламы, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к алкогольной продукции, а именно водке «Пять озер».

Лицами, участвующими в деле факт размещения рассматриваемой информации на указанных транспортных средствах не отрицается.

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 отношении обозначения «Пять озер» зарегистрирован ряд товарных знаков, в том числе следующие: товарный знак по свидетельству № 595441, товарный знак по свидетельству № 419609, товарный знак по свидетельству №

388765, товарный знак по свидетельству № 580343, товарный знак по свидетельству № 421246, товарный знак по свидетельству № 431189 и другие. При этом товарный знак по свидетельству № 595441 содержит в себе обозначение «Пять озер — в синем стекле защита вдвойне», что полностью соответствует использованной на транспортных средствах фразе.

Товарные знаки по свидетельствам №№ 419609, 580343 включают в себя 3-D модель прозрачной бутылки с нанесенной на нее этикеткой. На этикетке помещено обозначение «Пять озер», выполненное стандартным шрифтом, совпадающим на всех бутылках, а также с шрифтом, которым выполнена надпись на транспортных средствах:

SKODA с государственным регистрационным номером О 701 АР 750 RUS;

VOLKSWAGEN с государственным регистрационным номером С 816 МО 178 RUS;

NISSAN с государственным регистрационным номером У 050 ТУ 47 RUS;

HONDA с государственным регистрационным номером О 756 ВВ 116 RUS.

Правообладателем рассматриваемых товарных знаков по свидетельствам №№ 470842, 470843, 469832, 450539 является ООО «Пять Озер». Указанные товарные знаки зарегистрированы на территории Российской Федерации в отношении 33 Класса МКТУ — алкогольные напитки (за исключением пива).

Учитывая факт сходства словесного обозначения «Пять озер», а также слогана «Пять озер — в синем стекле защита вдвойне», размещенных на вышеуказанных транспортных средствах, с товарными знаками по свидетельствам №№ 419609, 388765, 580343, 421246, 431189, 595441, а также сходства данного словесного обозначения до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 595441, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что на транспортных средствах:

SKODA с государственным регистрационным номером О 701 АР 750 RUS;

VOLKSWAGEN с государственным регистрационным номером С 816 МО 178 RUS;

NISSAN с государственным регистрационным номером У 050 ТУ 47 RUS;

HONDA с государственным регистрационным номером О 756 ВВ 116 RUS изображен товарный знак, который используется для индивидуализации алкогольной продукции, в том числе водки.

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.

Размещение товарного знака на кузове транспортного средства делает указанные сведения доступными для восприятия широкому, заранее не

определенному кругу лиц, находящихся в непосредственной близости от автомобиля.

Согласно части 2.1 статьи 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 пунктом 7 статьи 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», под алкогольной продукцией понимается 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В соответствии с частью 3 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Согласно представленным изображениям рекламы, в данном случае на автомобилях отсутствовало предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

На основании изложенного при распространении указанной рекламы усматриваются признаки нарушения части 2.1, части 3 статьи 21 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы алкогольной продукции, а именно водки «Пять озер», за пределами стационарного торгового объекта, в котором осуществляется продажа алкогольной продукции, а также в отсутствие предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

Согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 2.1 статьи 21 Закона о рекламе, несет рекламодатель, рекламораспространитель; за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 Закона о рекламе несет ответственность как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

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.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой

форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламодателем является лицо, осуществляющее непосредственное доведение рекламы до неопределенного круга лиц.

В соответствии со сведениями, представленными ГУ МВД России по г. Москве, владельцами указанных выше транспортных средств являются:

<...> (SKODA с государственным регистрационным номером О 701 АР 750 RUS);

<...> (VOLKSWAGEN с государственным регистрационным номером С 816 МО 178 RUS);

<...> (NISSAN с государственным регистрационным номером У 050 ТУ 47 RUS);

<...> (HONDA с государственным регистрационным номером О 756 ВВ 116 RUS).

На основании изложенного, учитывая то обстоятельство, что действия по непосредственному доведению рекламы до конечных получателей осуществлены <...>, <...>, <...>, <...>, в данном случае имеются все основания считать указанных лиц рекламодателями в понимании пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе.

Кроме того владельцами транспортных средств не представлены какие-либо документально подтвержденные сведения относительно третьих лиц, определивших объект рекламирования. На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что таковыми лицами, а равно рекламодателями рассматриваемой рекламы, являются также <...>, <...>, <...>, <...>.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

В дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи <...>, <...>, <...> предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Между тем <...> в материалы дела представлены документально подтвержденные сведения о прекращении и невозможности в дальнейшем возобновлении распространения рассматриваемой рекламы.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 <...>, <...>, <...>, <...> нарушившими требования части 2.1, части 3 статьи 21 Закона о рекламе при распространении в феврале 2017 года рекламы водочной продукции «Пять озер» на транспортных средствах:

SKODA с государственным регистрационным номером О 701 АР 750 RUS;

VOLKSWAGEN с государственным регистрационным номером С 816 МО 178 RUS;

NISSAN с государственным регистрационным номером У 050 ТУ 47 RUS;

HONDA с государственным регистрационным номером О 756 ВВ 116 RUS.

2. Выдать <...>, <...>, <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

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