

ФАС России оштрафовала распространителей рекламы водки "Казёнка" под видом рекламы одноименного фильма

30 марта 2010, 18:40

24 марта 2010 года Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) оштрафовала ООО "Гэллэри Сервис" и ООО "Р-Медиа" на общую сумму в 100 тысяч рублей за нарушение пункта 3 части 2 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 закона "О рекламе".

Нарушение выразилось в распространении рекламы водки "Казёнка", выполненной под видом рекламы фильма "Казёнка" с использованием товарного знака "Казёнка", индивидуализирующего в том числе одноимённую водку. Реклама размещалась на рекламных конструкциях города Москвы и Подмосковья, нарушая запрет на размещение рекламы алкогольной продукции в наружной рекламе.

Дела были возбуждены по жалобе гражданина на рекламу со словесным обозначением "Казёнка", которая распространялась на рекламных конструкциях города Москвы и Подмосковья в апреле-мае 2009 года.

В рекламе на черном фоне расположено словесное обозначение "Казёнка", выполненное белым шрифтом с желтой обводкой, а также герб в виде коронованного крылатого щита с буквой "К" в центре. На заднем плане под словесным обозначением "Казёнка" нанесен гильоширный узор.

Помимо словесного обозначения "Казёнка" и герба реклама содержала утверждения "Скоро!" и "фильм". При этом слово "фильм" фактически не воспринимается, поскольку выполнен мелким шрифтом и цветом, близким к цвету фона рекламы и сливается с ним, что концентрирует внимание потребителей на словесном обозначении "Казёнка".

Вместе с тем товарный знак "Казёнка", представленный словесным обозначением "Казёнка", выполненным белым шрифтом с желтой обводкой, с гербом в виде коронованного крылатого щита с буквой "К" в центре, а также с гильоширным узором на заднем плане, индивидуализирует широко представленную в продаже водку "Казёнка" и применяется на ее этикетках.

Согласно заключению Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатент) о степени сходства использованного в рекламе словесного обозначения "Казёнка" с товарным знаком "Казёнка", размещенным на этикетке бутылки водки "Казёнка", данные обозначения в силу фонетического и семантического тождества общего словесного элемента "Казёнка", могут быть признаны сходными до степени смешения.

При данных обстоятельствах представленная реклама не может расцениваться, как явно относящаяся к рекламе фильма, и является рекламой алкогольной продукции - водки "Казёнка".

Следовательно, реклама водки "Казёнка", размещавшаяся на рекламных конструкциях города Москвы и Подмосковья в апреле-мае 2009 года, была выполнена под видом рекламы фильма "Казёнка" с использованием товарного знака "Казёнка", индивидуализирующего в том числе одноимённую водку.

ФАС России за распространение ненадлежащей рекламы наложила на рекламораспространителей ООО "Гэллэри Сервис" и ООО "Р-Медиа" штрафы по 50 тысяч рублей.

###Справка

В соответствии с частью 4 статьи 2 закона "О рекламе" специальные требования и ограничения, установленные данным 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 данным законом установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 5 закона "О рекламе" не допускается недобросовестная 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.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 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.###