

РЕШЕНИЕ
по делу № РЦ.08.09.44

20 января 2010 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б. - заместитель руководителя ФАС России;

Члены Комиссии:

Карташов Н.Н. - начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Никитина Т.Е. – заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Пименов Г.В. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Сенотов А.С. – старший специалист 1 разряда отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № РЦ.08.09.44 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в апреле-июле 2009 г. на телевидении рекламы пива «Три медведя»,

в присутствии представителей:

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

ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» (адрес: ул. Тельмана, д. 24, лит. А, г. Санкт-Петербург, 193230, ИНН 7802118578, ОГРН 1027801527467) – Михайловой М.Н. (Доверенность № 205 от 23 декабря 2009 года);

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило обращение гражданина с претензиями к рекламе пива «Три медведя», распространявшейся на телевидении в апреле-июле 2009 г.

Реклама построена таким образом, что происходит закадровый диалог между мужчиной и женщиной, который иллюстрируется определенными действиями этих людей:

- Эх, хорошо у нас в лесу!

- Прямо сказка!

- Шашлычок! "Медведи" холодненькие!

- А солнышко какое! Лучше любого солярия!

- Миш, ляпочку мне на спине опусти, а то от нее полоска останется.

- Да, мужики! Такую лямку я тянуть согласен!

В ролике поочередно показываются лес, шашлык, пиво «Три медведя», солнце, затем в кадре появляются женские очки, а после фразы «Миш, ляпочку мне на спине опусти, а то от нее полоска останется» на покрывало падает бюстье.

Следующим кадром показываются шезлонги, на которые также падают бюстье.

Согласно пункту 6 части 1 статьи 22 Федерального закона от 13.03.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации.

Образы людей в данном рекламном ролике создаются через визуальное и звуковое восприятие потребителя. Диалог мужчины и женщины (звуковое восприятие) сюжетно связан с совершаемыми в ролике действиями (визуальное восприятие), что позволяет потребителю сделать вывод об участии говорящих в этих действиях, а также отразить в сознании их образы.

Учитывая изложенное, в рекламе пива «Три медведя», распространявшейся на телевидении, используются образы людей, соответственно, содержится нарушение пункта 6 части 1 статьи 22 Федерального закона «О рекламе». В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 1 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Хейнекен Коммерческий Сервис». ООО «Хейнекен Коммерческий Сервис» 26 декабря 2009 года прекратило свою деятельность путем реорганизации в форме присоединения к ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен». ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» является полным правопреемником ООО «Хейнекен Коммерческий Сервис» по всем его правам и обязанностям.

Таким образом, ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» являются рекламодателем рекламы пива «Три медведя», распространявшейся на телевидении в апреле-июле 2009 года, в порядке правопреемственности, и, соответственно, в деле произведена замена лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 6 части 1 статьи 22, 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 пива «Три медведя», распространявшейся на телевидении в апреле-июле 2009 г., поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1 статьи 22 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе пива «Три медведя» используются образы людей.
2. Выдать ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» предписание о прекращении нарушения пункта 6 части 1 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» в рекламе пива «Три медведя».
3. 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 рекламодателя указанной рекламы – ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен».

Решение изготовлено в полном объеме 03 февраля 2010 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии Н.Н. Карташов

Т.Е. Никитина

Г.В. Пименов

А.С. Сенотов

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе
по делу № РЦ.08.09.44
20 января 2010 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б. - заместитель руководителя ФАС России;

Члены Комиссии:

Карташов Н.Н. - начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Никитина Т.Е. – заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Пименов Г.В. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Сенотов А.С. – старший специалист 1 разряда отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения от 20 января 2010 г. по делу № РЦ.08.09.44 о признании ненадлежащей рекламы пива «Три медведя», распространявшейся на телевидении в апреле-июле 2009 года, 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 «Объединенные Пивоварни Хейнекен» (адрес: ул. Тельмана, д. 24, лит. А, г. Санкт-Петербург, 193230, ИНН 7802118578, ОГРН 1027801527467) прекратить нарушение требований пункта 6 части 1 статьи 22 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в использовании образов людей в рекламе пива «Три медведя», распространявшейся на телевидении в апреле-июле 2009 года

Срок исполнения предписания 15 дней со дня получения настоящего предписания.

2. ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» (адрес: ул. Тельмана, д. 24, лит. А, г. Санкт-Петербург, 193230, ИНН 7802118578, ОГРН 1027801527467) представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 30 марта 2010 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; на юридических лиц - от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии Н.Н. Карташов

Т.Е. Никитина

Г.В. Пименов

А.С. Сенотов

Перечень территориальных органов ФАС России с их актуальными адресами
можно скачать внизу страницы