

РЕШЕНИЕ
по делу № РЦ.08.11.53
23 января 2012 г. г. Москва

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

Председатель Комиссии

<...>,

рассмотрев дело № РЦ.08.11.53 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в журнале «Спиртные напитки и пиво» в апреле 2011 г. рекламы водки «Ять» ГК «Водочная Артель ЯТЬ» под заголовком «ЗАБЕЙ ШАЙБУ С ВОДКОЙ ЯТЬ»,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

рекламодателя - ООО «Русский характер» (адрес: Огородный пр-д, д. 5, стр. 3, г. Москва, 127254, ИНН 7715710080) – <...> (доверенность № 2/01 от 10.01.2012);

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило обращение гражданина с претензиями к рекламе водки «Ять» ГК «Водочная Артель ЯТЬ», размещавшейся в журнале «Спиртные напитки и пиво» в апреле 2011 г. на развороте страниц 126-128 в рекламной статье под заголовком «ЗАБЕЙ ШАЙБУ С ВОДКОЙ ЯТЬ».

В указанной рекламной статье изображены шесть хоккеистов, которые получили кубок и медали, а также изображён игровой момент между хоккеистами и сообщается следующее:

«Миллионной аудитории поклонников хоккея предоставляется уникальный шанс выиграть VIP-билет на чемпионат мира на двоих – для этого достаточно всего лишь купить бутылку водки «Ять» и зарегистрироваться по бесплатной линии для участия в розыгрыше. Ещё никогда попасть на чемпионат мира не было так просто! А пропустить это событие никак нельзя... Правила акции «Забей шайбу» предельно просты: под крышкой каждой бутылки водки «Ять», участвующей в акции, расположен уникальный код...все участники акции могут «забить гол» любым из трёх способов:

- один гол – отправь один код;

- два гола – придумай кричалку и размести её на сайте...;

- три гола – загрузи собственную фотографию в личном кабинете на сайте акции...»

А участник с наибольшим количеством забитых голов получит VIP-билет на чемпионат мира в Словакию...»

Далее сообщается, что «...безупречное качество самой водки «Ять» очевидно... Секрет успеха – это высокое качество не только самого продукта, но и всех составляющих бренда... В первую очередь, это история создания, которая уходит корнями во времена Николая I, когда правописание буквы «ять» отличало образованного человека от неуча, занимая в русском языке особое место. Во-вторых, это оригинальный дизайн бутылки с ручкой, который делает её не просто удобной, но и эстетически важной деталью любого праздника в лучших традициях русского застолья...». Водочная Артель ЯТЬ» желает удачи нашей сборной на чемпионате мира по хоккею в этом году и предлагает всем поклонникам этой игры «забить шайбу» с водкой «Ять!».

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама

алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния.

Из рекламы следует, что чем больше потребители купят бутылок с водкой «Ять», тем больше шансов у них будет выиграть главный приз – VIP-билет на чемпионат мира в Словакию, то есть достигнуть успеха.

Содержащийся в рекламе призыв «ЗАБЕЙ ШАЙБУ С ВОДКОЙ ЯТЬ» в совокупности с рекламными текстами и иллюстрациями свидетельствуют об утверждении, что употребление водки «Ять» имеет важное значение для достижения личного успеха.

Таким образом, в рекламе водки «Ять» содержатся признаки нарушения пункта 1 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии частью 6 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы водки «Ять» является ООО «Русский характер» (адрес: Огородный пр-д, д. 5, стр. 3, г. Москва, 127254, ИНН 7715710080).

Руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 21, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-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 ненадлежащей рекламу водки «Ять» ГК «Водочная Артель ЯТЬ», распространявшейся в журнале «Спиртные напитки и пиво» в апреле 2011 г. на развороте страниц 126-128 в рекламной статье под заголовком «ЗАБЕЙ ШАЙБУ С ВОДКОЙ ЯТЬ», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе содержится утверждение, что употребление водки «Ять» имеет важное значение для достижения личного успеха.

2. Выдать ООО «Русский характер» предписание о прекращении нарушения пункта 1 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» в рекламе водки «Ять».

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 «Русский характер».

Решение изготовлено в полном объеме 26 января 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе
по делу № РЦ.08.11.53
23 января 2012 г. г. Москва

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

<...>,

на основании своего решения от 23 января 2012 г. по делу № РЦ.08.11.53 о признании ненадлежащей рекламы водки «Ять» ГК «Водочная Артель ЯТЬ», распространявшейся в журнале «Спиртные напитки и пиво» в апреле 2011 г. на развороте страниц 126-128 в рекламной статье под заголовком «ЗАБЕЙ ШАЙБУ С ВОДКОЙ ЯТЬ», 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 «Русский характер (адрес: Огородный пр-д, д. 5, стр. 3, г. Москва, 127254, ИНН 7715710080) прекратить распространение нарушающей требования пункта 1 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» рекламы водки «Ять» с утверждением, что употребление водки «Ять» имеет важное значение для достижения личного успеха.

Срок исполнения предписания 20 дней со дня получения настоящего предписания.

2. ООО «Русский характер представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 28 февраля 2012 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 юридических лиц штраф в размере от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу РЦ.08.11.53

об административном правонарушении

07 февраля 2012 г. г. Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеваров А.Б., рассмотрев протокол и материалы дела № РЦ.08.11.53, возбужденного в отношении ООО «Русский характер» (адрес: Огородный пр-д, д. 5, стр. 3, г. Москва, 127254, ИНН 7715710080), в присутствии представителя ООО «Русский характер» – <...> доверенность № 2/01 от 10.01.2012,

УСТАНОВИЛ:

В ФАС России поступило обращение гражданина с претензиями к рекламе водки «Ять» ГК «Водочная Артель ЯТЬ», распространявшейся на территории Российской Федерации в журнале «Спиртные напитки и пиво» в апреле 2011 г. в рекламной статье под заголовком «ЗАБЕЙ ШАЙБУ С ВОДКОЙ ЯТЬ» на развороте страниц 126-128.

В указанной рекламной статье изображены шесть хоккеистов, которые получили кубок и медали, а также изображён игровой момент между хоккеистами и сообщается следующее:

«Миллионной аудитории поклонников хоккея предоставляется уникальный шанс выиграть VIP-билет на чемпионат мира на двоих – для этого достаточно всего лишь купить бутылку водки «Ять» и зарегистрироваться по бесплатной линии для участия в розыгрыше. Ещё никогда попасть на чемпионат мира не было так просто! А пропустить это событие никак нельзя... Правила акции «Забей шайбу» предельно просты: под крышкой каждой бутылки водки «Ять», участвующей в акции, расположен уникальный код...все участники акции могут «забить гол» любым из трёх способов:

- один гол – отправь один код;

- два гола – придумай кричалку и размести её на сайте...;

- три гола – загрузи собственную фотографию в личном кабинете на сайте акции...

А участник с наибольшим количеством забитых голов получит VIP-билет на чемпионат мира в Словакию...»

Далее сообщается, что «...безупречное качество самой водки «Ять» очевидно... Секрет успеха – это высокое качество не только самого продукта, но и всех составляющих бренда... В первую очередь, это история создания, которая уходит корнями во времена Николая I, когда правописание буквы «ять» отличало образованного человека от неуча, занимая в русском языке особое место. Во-вторых, это оригинальный дизайн бутылки с ручкой, который делает её не просто удобной, но и эстетически важной деталью любого праздника в лучших традициях русского застолья...». Водочная Артель ЯТЬ» желает удачи нашей сборной на чемпионате мира по хоккею в этом году и предлагает всем поклонникам этой игры «забить шайбу» с водкой «Ять»!».

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния.

Из рекламы следует, что чем больше потребители купят бутылок с водкой «Ять», тем больше шансов у них будет выиграть главный приз – VIP-билет на чемпионат мира в Словакию, то есть достигнуть успеха.

Содержащийся в рекламе призыв «ЗАБЕЙ ШАЙБУ С ВОДКОЙ ЯТЬ» в совокупности с рекламными текстами и иллюстрациями свидетельствуют об утверждении, что употребление водки «Ять» имеет важное значение для достижения личного успеха.

Таким образом, реклама водки «Ять», распространявшаяся в журнале «Спиртные напитки и пиво» в апреле 2011 г. в рекламной статье под заголовком «ЗАБЕЙ ШАЙБУ С ВОДКОЙ ЯТЬ», нарушает пункт 1 часть 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», и в силу части 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является ненадлежащей.

В соответствии частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы водки «Ять» является ООО «Русский характер» (адрес: Огородный пр-д, д. 5, стр. 3, г. Москва, 127254, ИНН 7715710080).

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем,

рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

ООО «Русский характер» имело возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако обществом не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ООО «Русский характер» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в журнале «Спиртные напитки и пиво» в апреле 2011 г. в рекламной статье под заголовком «ЗАБЕЙ ШАЙБУ С ВОДКОЙ ЯТЬ» рекламы водки «Ять» в нарушение пункта 1 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 21, статьей 33 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 28.9, пунктом 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ООО «Русский характер» меры административной ответственности в виде штрафа за ненадлежащую рекламу в размере ста десяти рублей.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК МФ РФ по г. Москве (ФАС России л/с 04731001610)

Банк получателя: Отделение 1 Московского ГТУ Банка России г. Москва 705

ИНН 7703516539

КПП 770301001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 116 26000 01 6000 140

ОКАТО 45286575000

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ООО «Русский характер» представить в Федеральную антимонопольную службу надлежащим образом заверенные копии платёжных документов.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП.

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

