

Компания «П.Р. Русь» рекламировала коньяк «Martell» с нарушениями закона о рекламе

08 сентября 2010, 15:26

Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) 30 августа 2010 года признала рекламу коньяка "Martell" ЗАО "П.Р. Русь" нарушающей пункт 3 части 5 статьи 5 и пункт 1 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» и предписала рекламодателю - ЗАО "П.Р. Русь", прекратить нарушение законодательства о рекламе.

Комиссия ФАС России пришла к выводу, что в рекламе коньяка «Martell» демонстрируется процесс потребления алкогольной продукции, а также создается впечатление, что употребление алкогольной продукции способствует улучшению эмоционального состояния.

В рекламе коньяка «Martell» были изображены две девушки с наполненным бокалом коньяка в руках, а также мужчина, который наливает коньяк в бокал, демонстрируя тем самым процесс употребления алкоголя. Также реклама сопровождалась слоганом «Удовольствие, рожденное в 1715».

Указанная реклама размещалась в журнале «Styles» зима 2009/2010, в журналах «Maxim», «GQ», «Коммерсант Daily», «Коммерсант Weekend», «Аэрофлот», «Караван историй», «Сноб», «Вокруг Света», «За рулем», «Forbes», «Top Gear», «Elle», «Tatler», «L'officiel», «Harper's Bazaar», «Русский пионер» с января 2010 года по май 2010 года.

В соответствии с пунктом 3 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе.

Утверждение «Удовольствие, рожденное в 1715» рекламы коньяка «Martell» создает впечатление, что употребление алкогольной продукции способствует улучшению эмоционального состояния. Согласно толковому словарю русского языка Ушакова «удовольствие» – это то, что создает чувство радости и довольства от приятных ощущений, от удовлетворяющих переживаний, забава, развлечение.

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 21 ФЗ «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.

В отношении рекламодателя - ЗАО "П.Р. Русь" ФАС России возбудила дело об административном правонарушении для определения размера штрафа.

В 2009 году ФАС России возбудила более четырех тысяч дел по фактам нарушения законодательства о рекламе, в ходе рассмотрения которых ведомство пресекло более 8

тысяч нарушений.