

ФАС: алкогольный бренд «Jameson» рекламировался с нарушениями

28 марта 2018, 16:54

В нарушение действующего законодательства реклама виски распространялась в сети «Интернет», в которой к тому же отсутствовала возрастная категория рекламного мероприятия

Напомним, в августе-сентябре 2017 года на нескольких сайтах в сети Интернет проводилась рекламная кампания мероприятия «Jameson Block Party». В рекламных материалах размещалась афиша мероприятия «Jameson Block Party», выполненная в рамках фирменного стиля бренда «Jameson», с указанием на ней товарного знака виски «Jameson».

Антимонопольный орган установил, что все распространенные материалы, отвечали признакам рекламы. Объектами рекламирования являлись мероприятие «Jameson Block Party», средства индивидуализации виски «Jameson», а также виски под торговой маркой «Jameson». Соответственно, указанная реклама была рекламой алкогольной продукции в сети «Интернет», что прямо запрещается действующим законодательством.

«Название мероприятия, афиша мероприятия, раздача бесплатных образцов алкогольного напитка — виски «Jameson» на мероприятии, порядок участия в мероприятии свидетельствуют о том, что мероприятие «Jameson Block Party» является рекламной акцией, цель которой - продвижение виски под торговой маркой «Jameson». При этом в нарушение действующего законодательства реклама алкогольной продукции распространялась в сети «Интернет» и в ней отсутствовала возрастная категория проводимого рекламного мероприятия», - уточнила начальник Управления контроля рекламы и НДК Татьяна Никитина.

Комиссия ФАС России признала рекламу мероприятия «Jameson Block Party» и виски «Jameson» в сети «Интернет» нарушающей п.8 ч.2 ст.21 и ч.10.1 ст.5* Закона о рекламе. Рекламораспространителям ненадлежащей рекламы – компаниям «Артком Медиа», «Рэп.ру», «Компания Афиша» и ИП Кирьянов М.В. выданы предписания о прекращении нарушения. В настоящий момент в отношении их готовятся материалы к возбуждению дел об административных правонарушениях, которые позволят определить размеры штрафов.

Справочно:

Согласно пункту 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Согласно части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями

Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Категория информационной продукции должна быть обозначена в ее рекламе соответствующими цифрой, знаком или предупреждением о возрастных ограничениях распространения такой продукции среди детей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5, частью 2 статьи 21 Закона о рекламе.