

Демонстрация товарного знака «Nemiroff» в ТРК «Атриум» - реклама алкоголя

25 марта 2014, 15:06

Согласно закону о рекламе рекламировать алкогольную продукцию с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешено только в местах розничной продажи алкоголя.

Однако ООО «Элли» решило обойти это требование закона и распространяло рекламу водки «Немирофф» путем демонстрации товарного знака «Nemiroff» на пресс-волле в центральном холле торгово-развлекательного комплекса «Атриум» в Москве. Показ товарного знака «Nemiroff» в запрещенном законом месте, Комиссия ФАС России признала ненадлежащей рекламой, поскольку этот товарный знак индивидуализирует и одноименный алкоголь, широко представленный в продаже. Восприятие потребителями товарного знака в рекламе конкретного товара зависит от знакомства потребителя с товарами, выпускаемыми под этим знаком. Алкогольные напитки «Nemiroff» широко представлены в продаже и известны потребителю, именно поэтому, реклама товарного знака «Nemiroff» вызывает ассоциативные связи с алкогольными напитками «Nemiroff». Следовательно, решила Комиссия ФАС России, реклама товарного знака «Nemiroff», распространявшаяся на территории ТРК «Атриум» призвана формировать, поддерживать интерес и способствовать реализации алкогольных напитков «Nemiroff» и является рекламой алкогольных напитков «Nemiroff».

ООО «ЭЛЛИ» предписано прекратить дальнейшее размещение ненадлежащей рекламы. По итогам рассмотрения дела об административном правонарушении на Общество как рекламодателя будет наложен штраф.

О факте распространения в октябре 2013 года в центральном холле торгового центра Атриум накануне боксерского поединка рекламы с использованием товарного знака «Nemiroff» в ФАС России обратился гражданин.

Справка

1. В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

2. В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2.1 статьи 21 настоящего закона.