

Арбитраж сказал «нет» рекламе алкоголя во время трансляции футбольного матча

05 декабря 2013, 17:51

Сегодня, 5 декабря 2013 года, Арбитражный суд г. Москвы полностью поддержал решение ФАС России о признании незаконным размещение ЗАО «Телеспорт» рекламы ряда алкогольных напитков в ходе трансляции товарищеского футбольного матча Бразилия – Россия на стадионе «Стэмфорд Бридж» в Великобритании.

Напомним, в июне этого года Комиссия ФАС России признала ЗАО «Телеспорт» нарушившим требования ФЗ «О рекламе» к рекламе алкогольной продукции во время трансляции в прямом эфире телеканалов «СПОРТ 1» и «РОССИЯ 1» в период 25.03 (23:30) - 26.03 (01:30) 2013 г. товарищеского футбольного матча «Бразилия-Россия» и предписала устранить нарушения. Комиссия ФАС России установила: видеоряд трансляции демонстрирует, что во время матча на стадионе «Стэмфорд Бридж» на рекламных стендах вдоль кромки игрового поля размещалась реклама алкогольной продукции: виски «Вильям Лоусон», водки «Хаски», водки «Беленькая», водки «Зелёная марка», пива «Старый мельник», пива «BUD». Изучение видео-повторов, а также размещенных в сети Интернет фотографий матча показало, что на рекламных стендах вдоль игрового поля непосредственно во время матча реклама упомянутого алкоголя отсутствовала. В результате Комиссия ФАС России пришла к выводу, что для распространения рекламы алкоголя во время матча использовался компьютерный монтаж.

Не согласившись с выводами антимонопольного органа, ЗАО «Телеспорт» обжаловало их в судебном порядке.

Однако Арбитражный суд г. Москвы отказал ЗАО «Телеспорт» в удовлетворении заявленных требований.

Заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Ирина Василенкова пояснила: «На стадионе «Стэмфорд Бридж» во время товарищеского матча Россия-Бразилия» реклама алкогольной продукции не распространялась. И только применение новых технологий в рекламе позволили включить рекламу алкоголя в телевизионный сигнал, транслируемый в прямом эфире на территорию России».

Справка

Согласно пункту 3 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в теле- и радиопрограммах, при кино- и видеообслуживании.