

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Республике Коми

Запрос рассмотрен 12-ю членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка) 16.03.2020-22.03.2020.

Описание рекламного продукта

Конструкции на фасаде здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г.Ухта, ул. 40 лет Коми, д. 11/13, следующего содержания:

- «ВСЕГДА СВЕЖИЕ РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ ЗАКУСКИ БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ» с изображением кружки с пенным напитком, рыб и орехов;
- «БУХЕН ХАУЗ МЫ ОТКРЫЛИСЬ»;
- «beer time» с изображением часов и двух кружек с пенным напитком.

Суть запроса

В адрес СРО поступило обращение из УФАС России по Республике Коми (далее - УФАС) где находится жалоба потребителя о нарушении законодательства о рекламе в связи с размещением в г. Ухте Республики Коми на фасаде здания конструкций бара «Бухен хауз». УФАС рассматривает указанные конструкции на предмет возможного нарушения требований ч. 3 ст. 21 и п. 1 ч. 5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Для вынесения объективного решения по данному вопросу УФАС обратилось в СРО с запросом о соответствии данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Содержит ли конструкция «ВСЕГДА СВЕЖИЕ РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ ЗАКУСКИ БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ» рекламу алкогольной продукции?

Эксперты большинством голосов (75%) ответили “НЕТ”, 25% экспертов ответили “ДА”.

Вопрос № 2. В случае, если рассматриваемая конструкция «ВСЕГДА СВЕЖИЕ РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ ЗАКУСКИ БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ» содержит рекламу алкогольной продукции, укажите, что выступает объектом рекламирования.

Данный плакат является вывеской на фасаде магазина, т.к. не содержит указания на конкретные товары конкретных производителей, находится непосредственно в месте нахождения торговой точки и указывает исключительно на ассортимент реализуемого товара.

Объектом рекламирования может быть только индивидуализируемый товар (изготовитель или продавец и т.д.), «в случае размещения на фасаде магазина фотографий каких-либо товаров или каких-либо изображений (...) без индивидуализирующих признаков указанных товаров, такие изображения не могут быть признаны рекламными» (письмо ФАС России от 28.11.2013 № АК/47658/13).

Вопрос № 3. Имеются ли в макете «ВСЕГДА СВЕЖИЕ РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ ЗАКУСКИ БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ» нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты большинством голосов (66,7%) ответили “НЕТ”, 33,3% экспертов ответили “ДА”.

Вопрос № 4. Является ли информация «БУХЕН ХАУЗ МЫ ОТКРЫЛИСЬ» рекламой?

Эксперты большинством голосов (66,7%) ответили “НЕТ”, 33,3% экспертов ответили “ДА”.

Вопрос № 5. Если да, то содержит ли конструкция «БУХЕН ХАУЗ МЫ ОТКРЫЛИСЬ» рекламу алкогольной продукции?

Эксперты большинством голосов (83,3%) ответили “НЕТ”, 16,7% экспертов ответили “ДА”.

Вопрос № 6. В случае, если рассматриваемая конструкция «БУХЕН ХАУЗ МЫ ОТКРЫЛИСЬ» содержит рекламу алкогольной продукции, укажите, что выступает объектом рекламирования.

Данный плакат является вывеской на фасаде магазина, т.к. не содержит указания на конкретные товары конкретных производителей, находится непосредственно в месте нахождения торговой точки и указывает исключительно на ассортимент реализуемого товара.

Плакат информирует об открытии магазина, но не содержит информацию о конкретных брендах алкогольной или иной продукции.

Вопрос № 7. Имеются ли в макете «БУХЕН ХАУЗ МЫ ОТКРЫЛИСЬ» нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты большинством голосов (75%) ответили “НЕТ”, 25% экспертов ответили “ДА”.

Вопрос № 8. Содержит ли конструкция «beer time» рекламу алкогольной продукции?

Эксперты большинством голосов (75%) ответили “НЕТ”, 25% экспертов ответили “ДА”.

Вопрос № 9. В случае, если рассматриваемая конструкция «beer time» содержит рекламу алкогольной продукции, укажите, что выступает объектом рекламирования.

Данный плакат является вывеской на фасаде магазина, т.к. не содержит указания на конкретные товары конкретных производителей, находится непосредственно в месте нахождения торговой точки и указывает исключительно на ассортимент реализуемого товара.

Конструкция «beer time» не может рассматриваться отдельно. Весь фасад решен в единой стилистике и его элементы не могут рассматриваться по отдельности.

Вопрос № 10. Имеется ли в рассматриваемой конструкции «beer time» неправомерное использование иностранных слов и (или) выражений, которые могут привести к искажению смысла информации?

Эксперты большинством голосов (91,7%) ответили “НЕТ”, 8,3% экспертов ответили “ДА”.

Вопрос № 11. Имеются ли в макете «beer time» нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты большинством голосов (75%) ответили “НЕТ”, 25% экспертов ответили “ДА”.

В целом по содержанию всех конструкций эксперты высказали такое мнение.

Необходимо принимать во внимание письмо ФАС России от 01.02.2018 "О разграничении понятий вывеска и реклама", а именно следующие части: "В случае размещения на фасаде торгового объекта или магазина фотографий каких-либо товаров или каких-либо изображений (например, пейзаж, бутылка вина, пивная кружка, какая-либо техника, одежда и т.п.) без индивидуализирующих признаков, характеристики, цены указанных товаров, такие изображения не могут быть признаны рекламными, поскольку не преследуют цели продвижения товара на рынке."

Словосочетание "beer time" не искажает смысл информации, поскольку для человека, владеющего азами английского языка смысл вполне понятен, а для невладеющего - этого смысла просто нет.

Особое мнение

От отдельных экспертов поступили особые мнения о том, что несмотря на отсутствие в конструкциях слов "пиво" и "пивная", кружка с пенящимся напитком и специфическая закуска явным образом указывает, что речь идет о пиве. Слово "beer" в правой части фасада здания окончательно укрепляет зрителя в этой мысли.

Решение

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП) не выявлены.

