

В публикуваната версия на това решение някои от данните са заличени, в съответствие с чл. 55, ал. 4 от ЗЗК, с който не се допуска разглашаването на търговска тайна или друга защитена от закон тайна на страните. Заличените данни са отбелязани с (.....)*.

РЕШЕНИЕ

№ 375

София, 08.04.2010 г.

Комисията за защита на конкуренцията в състав:

ПРЕДСЕДАТЕЛ:

Петко Николов

ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

Александър Александров

ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

Реджеб Мустафа

ЧЛЕНОВЕ:

Весела Антонова

Евгений Иванов

Ненко Темелков

при участието на секретар - протоколиста Димитрина Иванова, разгледа в закрито заседание, проведено на 08.04.2010 г., преписка № КЗК – 982/2009 г., докладвана от зам.-председателя на Комисията г-н Реджеб Мустафа.

В Комисията за защита на конкуренцията (КЗК) на основание чл. 38, ал. 1, т. 1 от Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК), с Решение на КЗК № 1154/03.11.2009 г. е образувано производство по преписка № КЗК-982/10.11.2009 г. за проучване на евентуално извършено нарушение по чл. 33, във връзка с чл. 32 и/или чл. 29 от ЗЗК от страна на „СИС Индустрийс“ ООД, гр. София, относно разпространението на телевизионна реклама на продукта „Савой микс дринк“.

С Определение № 285/16.03.2010 г. на основание чл. 63 от Закона за защита на конкуренцията, КЗК конституира като страна в производството по преписка № КЗК-982/2009 г. „СИА“ ЕАД.

Повод за образуване на настоящото производство е излъчван по телевизията рекламен клип на напитка с марка „Савой“. Рекламният клип е

излъчван в часовия пояс до 22,00 часа, в който е забранено излъчването на непряка реклама на спиртни напитки.

Съдържанието на клипа включва най-общо представяне на забавляващи се млади хора, като се изговарят и изписват следните текстове: „мръсни истории”, „мръсни номера” и „мръсни танци”. Следва изговаряне на „чиста Савой” и изписване с едър шрифт на думата „чиста”, като до нея са изобразени бутилка със син етикет и чаша, съдържаща бяла прозрачна течност с лед. Формата на бутилката и етикета върху нея са идентични на тези, съдържащи водка „Савой”. В края на рекламния спот, изображението на бутилката се приближава, за да може да бъде прочетен на етикета следния надпис: „Savoy”, с едър шрифт, запазена марка за производство на спиртни напитки и под него едва забележим надпис „mixed drink”.

Рекламираният продукт е с наименование “Савой – микс дринк”, но цялостното съдържание на клипа създава асоциация с наложения на българския пазар от дълго време продукт водка „Савой” и рекламен бранд „Чиста водка Савой”.

Съгласно разпоредбата на чл. 55 от Закона за здравето, пряката реклама на спиртни напитки е забранена. Що се отнася до непряката реклама на спиртни напитки и рекламата на вино и бира, същата не може да бъде излъчвана в радио и телевизионни предавания преди 22.00 часа.

От няколко години в световната практика се наблюдава нов начин за заобикаляне на нормативните ограничения за реклама и особено за реклама на алкохолни напитки. Този начин включва изготвяне на рекламни клипове на нискоалкохолни напитки със същото търговско наименование като съответната спиртна напитка, произвеждана от същото дружество, като понякога има незначителни промени в етикетирането. В същото време обаче тези напитки не могат да бъдат намерени в търговската мрежа. Най-често рекламата е идентична с тази на спиртната напитка, която се излъчва след 22 часа.

Възникналите съмнения, че в случая се касае именно за такъв рекламен трик, предизвика извършването на предварителна проверка, която да установи доколко продукта “Савой – микс дринк”, действително се произвежда и разпространява на пазара.

В тази връзка бяха изпратени писма, изх. № 2974-И/13.10.2009 г., до:

1. „Метро Кеш Енд Кери България” ЕООД - получен отговор вх. № към 2974-И/22.10.2009 г.;
2. „Билла България” ЕООД - получен отговор вх. № към 2974-И/19.10.2009 г.;
3. „Пикадили” ЕАД - получен отговор вх. № към 2974-И/23.10.2009 г.);
4. „Максима България” ЕООД стопанисващо (Магазините „Т-Маркет”) - получен отговор вх. № към 2974-И/16.10.2009 г.;
5. ЕТ ”Валери Николов - ФФ”, ”Ван Холдинг” ЕООД, ”Европа -ВН” ЕООД, ”Винтерко-БГ” ЕООД, ”Евро Харт” ЕООД и ”Дар Г.Н.” ООД (опериращи Търговска верига „Фантастико”) - получен отговор вх. № към 2974-И/20.10.2009 г.);
6. „Магазини Европа” АД - получен отговор вх. № към 2974-И/21.10.2009 г.;
7. „Хит Хипермаркет” ЕООД - получен отговор вх. № към 2974-И/20.10.2009 г.;

8. „Калея Маркетс” ЕООД - получен отговор вх. № към 2974-И/14.10.2009 г., в който се посочва, че дружеството не извършва търговия на дребно или едро със стоки в свои обекти.);

9. „ЦБА - България” ООД, - получен отговор вх. № към 2974-И/22.10.2009 г.);

10. “Кауфланд България ЕООД енд Ко” КД - получен отговор вх. № към 2974-И/19.10.2009 г.).

В отговор на поставения в писмото въпрос относно разпространението на продукт с наименование “Савой – микс дринк” в търговската мрежа, всички дружествата посочват, че не предлагат и не разпространяват в обектите си на територията на страната продукт с такова наименование.

Някои от дружествата посочват, че никога не им е представян и презентиран такъв продукт.

Горепосочените търговски вериги разпространяват други продукти с марка „Савой”, като например - джин, водка, уиски.

Бяха направени и други опити да се установи наличието на продукта “Савой – микс дринк” в търговската мрежа или предлагането му от производителя „СИС Индъстрис”, но останаха без успех.

Междувременно в Комисия за защита на конкуренцията е получено писмо изх. № 06-00-20/26.10.2009 г. от Съвета за електронни медии, във връзка с излъчване на заблуждаващи телевизионни реклами, които съдържат послания, популяризиращи нискоалкохолни напитки с идентични или сходни марки на спиртни напитки, като се сочи и рекламен клип на напитка “Савой – микс дринк”, наподобяващ излъчвани рекламни клипове за чиста водка „Савой”.

Въз основа на описаното по-горе, възниква основателно съмнение, че се касае за лъжлива реклама, която цели да заобиколи забраните в Закона за здравеопазването, като рекламира продукт, с ниско алкохолно съдържание, който не съществува и не се предлага реално на пазара, но в същото време предизвиква директни асоциации с друг произвеждан от същото дружество продукт, а именно водка „Савой”. Възникналите съмнения са за евентуално извършено нарушение по чл. 32, във връзка с чл. 33 и/или чл. 29 от ЗЗК.

СТАНОВИЩЕ НА „СИС ИНДУСТРИЙС” ООД

Дружеството счита, че изложените констатации в Решение № 1154/03.11.2009 г. на Комисия за защита на конкуренцията са неправилни и незаконосъобразни. Ответникът не споделя твърдението, че се касае за лъжлива реклама относно продукта „Савой микс дринк”.

В становището се сочи, че от 2006 г. производители на алкохолни напитки в България и в световен мащаб установяват ниша в пазара на нискоалкохолни напитки, предназначени за предлагане в заведения с директна консумация. Международни концерни като “Диаджио” и “Перно Рикар” започват да предлагат на пазара коктейлни напитки с наименования „Smirnoff Ice” и „Bacardi Breezer”. Нискоалкохолните напитки са предназначени за предлагане в нощни заведения, барове, дискотеки и др., като потребителската група към която са насочени, са лица които биха искали да се забавляват, без това да е свързано с употребата на спиртни напитки и последствията от тях. Ответникът твърди, че целта на дружеството е да навлезе в пазар, който към момента е запазен за бирените напитки, при които голяма част от потребителската група на продуктите са младежи и жени, които са

загрижени за функционалното си състояние, но в същото време желаят да се олицетворят с имиджа на бранда, под който се предлагат съответните коктейлни напитки. Ответникът счита, че именно това е целта при използване на установени, ползващи се с добър имидж и доверие търговски марки за производството на нискоалкохолни коктейлни напитки. В тази връзка „СИС Индустрийс“ ООД започва да произвежда и предлага на пазара нискоалкохолна коктейлна напитка под марка „Савой“.

Ответникът твърди, че основните мотиви за използване на бранда и за рекламиране на продукти със сходни рекламни клипове са както маркетингови, така и икономически като визира световната финансово-икономическа криза и ги групира в няколко насоки: спестяване на допълнителни разходи за налагане на нов бранд, непознат на потребителската аудитория, както и за изработване на клипове и други рекламни комуникации; ангажиране вниманието на потребителите, които не употребяват спиртни напитки, ангажиране вниманието на потребителите на водка „Савой“, които в определени ситуации биха избрали нискоалкохолна напитка „Савой микс дринк“ и ангажиране вниманието на потребителите употребяващи бира, като им се предлага напитка със сходно алкохолно съдържание.

„СИС Индустрийс“ ООД твърди, че от 2006 г. произвежда и разпространява в търговската мрежа нискоалкохолна коктейлна напитка с наименование „Савой микс дринк“. Напитката представлява смес от водка, питейна вода, захар, лимонена киселина, натриев бензонат и ароматизанти. Първоначално коктейлната напитка е предлагана под марка „Savoxy Silver Club Ice“ в бутилки с вместимост от 0,2 литра, тъй като водещият бранд на дружеството през този период е бил водка „Savoxy Silver Club“. Към настоящия момент водещият бранд на „СИС Индустрийс“ ООД е „Savoxy“ и дружеството започва от есента на 2009 г. да произвежда същата коктейлна напитка под марката „Савой микс дринк“ в по-големи разфасовки от 0.7 литра поради недостатъчна икономическа рентабилност. Произвежданата от „СИС Индустрийс“ ООД коктейлна напитка с вместимост от 0.2 литра и 0.7 литра е с едно и също съдържание, произведена въз основа на рецептура от 2006 г. (ТС 02-2006). От 2006 г. до настоящия момент ответникът не е произвеждал друга коктейлна напитка, съдържаща водка.

В становището се сочи, че дружеството ангажирано с организиране и провеждане на рекламната кампания на напитка „Савой микс дринк“ и водка „Савой“ е „Пиеро 97 МА“ АД. Ответникът твърди, че напитките „Савой микс дринк“ и водка „Савой“ се рекламират в преса и телевизионни програми Нова телевизия, Диема и БТВ в периода от 18.09.2009 г. до 18.10.2009 г. Също така, се твърди, че „СИС Индустрийс“ ООД не е използвало рекламна агенция за съдействие при изготвяне на рекламните послания, като уточнява, че сценарият на клиповете е изготвен от служител на дружеството.

В допълнително становище се сочи, че „СИС Индустрийс“ ООД произвежда и разпространява спиртна напитка „водка“ с търговска марка „Савой“ от месец март 2007 г. Производството на продукта е развитие на бранда „Савой клуб“, който е използван от дружеството от 1994 г.

„Девел“ ЕООД и „Интротрейдинг“ ЕООД са дистрибутори на нискоалкохолната коктейлна напитка „Савой микс дринк“ в страната, видно от представени счетоводни документи за извършени продажби.

В заключение се сочи, че дружеството използва утвърдения имидж на високоалкохолната напитка с цел да популяризира и наложи на пазара

нискоалкохолната, която се явява алтернатива за потребителя, както по своето алкохолно съдържание, така и по значително по-ниската си финансова стойност.

В отговор на писмо, изх. № ИС-253-КЗК-982/17.03.2010 г., от “СИС Индустрийс” ООД представят следното становище и информация.

Ответникът не е съгласен с възприетите от Комисията в Определение № 285/16.03.2010 г. доводи и твърди, че не е ясно основанието за конституиране на „СИА” ЕАД като субект на отговорност по чл. 32, ал.2 от ЗЗК.

В становището се сочи, че на 25.08.2009 г. “СИС Индустрийс” ООД е сключило договор със „СИА” ЕАД с предмет: заснемане на клипове, подбор на режисьор, оператори, подсигуряване на помещения и др. като идеята и сценарият са на “СИС Индустрийс” ООД. Също така се твърди, че ангажиментите на „СИА” ЕАД са технически и логистични и нямат общо с креативните задължения на една „рекламна агенция” като ответника описва следната извършена от „СИА” ЕАД дейност: изготвяне на режисьорски „стори борд” по идея на клиента, реализиране на цялостната организация по заснемане на клиповете, извършват кастинг на актьорите за ролите в клипа, които клиента одобрява, сключват договори с актьорите за авторски права върху изпълнението им, възлагат на композитор разработка на музикалното оформление, търсят и наемат локации за заснемането на клипа, осигуряват всички разрешителни за провеждане на снимките, когато това е необходимо, заснемат със своя или наета техника, управляват снимачния процес, извършват монтажа на заснетите кадри, добавят музикалното оформление и изработват компютърни анимации.

СТАНОВИЩЕ ОТ „СИА” ЕАД

В отговор на писмо, изх. № ИПИ-115-КЗК-982/22.01.2010 г., от дружеството предоставят следната информация.

„СИА” ЕАД е изпълнител по договор от 25.08.2009 г. за изработка на аудио-визуални произведения с предмет изработване на рекламни клипове „Савой микс дринк” и „Водка Савой”. Възложител по договора е „СИС Индустрийс” ООД.

„СИА” ЕАД твърди, че не е ангажирано с изготвяне на рекламни послания във връзка с популяризиране на продукти „Савой микс дринк” и „Водка Савой” като сочи, че предмета на договора и ангажиментите по него се свеждат само и единствено до извършване на всички етапи от снимачния процес до изработка на готовите продукти съгласно сценарии, осигурени от възложителя „СИС Индустрийс” ООД. Също така се твърди, че не са извършвани промени, доработки и модификации на цитираните рекламни клипове от „СИА” ЕАД.

На 04.09.2009 г. е извършено авансово плащане от “СИС Индустрийс” ООД на 30% от сумата по договора за изработка на аудио-визуални произведения сключен между „СИА” ЕАД и “СИС Индустрийс” ООД, а останалите 70% са изплатени на 16.09.2009 г. след приемане на готовата продукция, видно от представени копия на договор и 2 (два) броя фактури¹ към него.

В отговор на писмо, изх. № ИС-254-КЗК-982/17.03.2010 г., от „СИА” ЕАД представят следното становище и информация.

В становището „СИА” ЕАД изразява несъгласие с Определение № 285/16.03.2010 г. на Комисията за защита на конкуренцията. Дружеството сочи, че „СИА” ЕАД не е рекламна агенция, а предметът на дейност е производство на

¹ Данъчни фактури с № 0000000739/04.09.2009 г. и № 0000000743/16.09.2009 г.;

аудио-визуални произведения и продуцентство, което не включва изготвяне на рекламни послания, творчески и комуникационни концепции.

В становището се твърди, че поетите ангажименти във връзка с изработка на телевизионни реклами на продуктите водка „Савой” и коктейлна напитка „Савой микс дринк” произтичат от естеството на продуцентската дейност на дружеството и включват следните дейности:

- реализиране на цялостната организация по заснемане на клиповете, включително търсене и наемане локации за заснемане, осигуряване на всички разрешителни за провеждане на снимки;
- изготвяне на режисьорски стори борд по идея на клиента;
- сключване на договор с композитор за създаване на музикално оформление и отстъпване на авторски права върху неговото произведение;
- извършване на кастинг на актьори за роли в клипа, като клиентът ги одобрява, сключване на договори с одобрените актьори за отстъпване на сродните на авторските права върху изпълнението им за участието в заснемането на рекламния клип;
- заснемане на рекламния клип със своя или наета техника;
- осигуряване на операторски услуги и управляване на снимачния процес;
- изработване на компютърна анимация;
- извършване на монтаж на заснетите кадри и синхронизация с музикалното оформление.

Ответното дружество твърди, че гореописаните задължения на „СИА” ЕАД и извършени действия във връзка с изпълнението на договора между „СИА” ЕАД и „СИС Индустрийс” ООД от 25.08.2009 г. са реализирани в съответствие със законовите изисквания в Република България и дейността на дружеството няма никакво отношение към часовия пояс на излъчване на рекламния клип, разпространението на телевизионната реклама, както и към разпространението на рекламираните продукти в търговската мрежа.

В заключение дружеството счита, че Определение № 285/16.03.2010 г. на Комисията за защита на конкуренцията е изцяло необосновано и не са налице законови основания за конституиране на „СИА” ЕАД в настоящото производство.

ИНФОРМАЦИЯ ОТ “ДЕВЕЛ” ЕООД

В отговор на писма, изх. № КЗК-982/02.12.2009 г., изх. № ИПИ-172- КЗК-982/10.02.2010 г., изх. № ИПИ-182- КЗК-982/15.02.2010 г. и изх. № ИПИ-192- КЗК-982/23.02.2010 г. от дружеството предоставят следната информация.

“Девел” ЕООД е търговец на едро на алкохолни напитки в България, като предлага всички актуални продукти в тази сфера.

Дружеството твърди, че разпространява коктейлна напитка „Савой микс дринк” от лятото на 2006 г. до есента на 2009 г., когато е изчерпало наличните количества като пояснява, че месец януари е слаб от търговска гледна точка и нови количества от напитката ще предлага от месец февруари. По отношение на спиртна напитка водка „Савой”, дружеството твърди, че я разпространява от 2004 г. до настоящия момент.

“Девел” ЕООД е разпространявало коктейлна напитка „Савой микс дринк” само на следните търговците ЕТ “Славчо Борисов - 70”, “Топ Дринкс” ООД, “Екстенд БГ” ООД и ЕТ “Томи - 5”.

В допълнително писмо, „Девел” ЕООД твърди, че коктейлна напитка „Савой микс дринк” – 0.2 л. разпространява от 2006 г., а коктейлна напитка „Савой микс дринк” – 0.7 л. разпространяват от 2009 г. като прилага копия на фактури за извършени продажби.

Дружеството не представи мостра на коктейлна напитка „Савой микс дринк” – 0.2 л., тъй като твърди, че количествата от тази напитка са изчерпани още през 2007 г.

„Девел” ЕООД представя 2 (два) броя мостри на напитки „Савой микс дринк” – 0.7л. и водка „Савой” – 0.7 л.

В последващо допълнително писмо, „Девел” ЕООД твърди, че цялото количество на коктейлна напитка „Савой микс дринк” във вместимост от 0.7 л., закупено от „СИС Индустрийс” ООД е продадено на ЕТ „Славчо Борисов - 70”. Общото количество коктейлна напитка „Савой микс дринк” – 0.7 л., закупено от „СИС Индустрийс” ООД през 2009 г. е в размер на 1 872 бутилки. Дружеството представя справка за закупено общо количество на водка „Савой Силвър” – 0.7 л. от 2004 г. до настоящия момент, което е в размер на 1 075 391 броя.

ИНФОРМАЦИЯ ОТ „ИНТРОТРЕЙДИНГ” ЕООД

Видно от Търговския регистър към Агенцията по вписвания „Интротрейдинг” ЕООД е със седалище и адрес на управление гр. Варна, район Приморски, ж.к. „Възраждане”, бул. „Трети март”, КООП търговия, склад 5 и 6, който е актуализиран на 08.11.2009 г. с Протокол от решение на едноличния собственик на капитала на дружеството Георги Велев Дичев.

Отговор на писмо, изх. № КЗК-982/02.12.2009 г. до „Интротрейдинг” ЕООД не бе получен, като писмото се върна в Комисията с отбелязан гриф „Получателят непознат на посочения адрес”.

Във връзка с подписано на 13.03.2009 г. Споразумение за координация и сътрудничество между КЗК и МВР, с писмо изх. № КЗК-982/10.12.2009 г. до Областна Дирекция на МВР – Варна, Комисията отправи искане за съдействие, за връчване на 1 (един) брой писмо с изх. № КЗК-982/10.12.2009 г. на управителя на „Интротрейдинг” ЕООД, гр. Варна.

В Комисията е получено писмо вх. № към КЗК-982/13.01.2009 г. от ОД на МВР – Варна, в което се посочва, че исканото съдействие от страна на Комисията не е от компетентността на ОД на МВР – Варна и същото се оставя без уважение. В писмото е разгледан само редът за оказване на съдействие от страна на органите на МВР по отношение на Регламент (ЕО) № 1/2003 г. и Регламент (ЕО) № 139/2004 г. Директорът на ОД на МВР – Варна сочи, че горесцитираните разпоредби уреждат оказването на съдействие от страна на органите на МВР само при извършване на проверки.

Във връзка с разпоредбите на ЗМВР (чл. 6, т. 8 и чл. 7, т. 21), ЗЗК (чл. 46), както и на основание Споразумението за координация и сътрудничество, подписано между двете ведомства, с писмо изх. № ИПИ-111-КЗК-982/21.01.2010 г. до Главния секретар на МВР – София, Комисията отправи повторно искане за съдействие, за връчване на 1 (един) брой писмо с изх. № ИПИ-112-КЗК-982/21.01.2010 г. на управителя на „Интротрейдинг” ЕООД, гр. Варна.

В отговор на изпратени писма от Комисията, от страна на „Интротрейдинг” ЕООД представят следната информация с писмо вх. № към КЗК-982/2009 г. от 16.03.2010 г.

Дружеството твърди, че разпространява напитка „Савой микс дринк“ от 28.09.2007 г., както и напитка с наименование водка „Савой“ от 16.12.2005 г.

“Интротрейдинг” ЕООД представя 2 (два) броя мостри на напитки „Савой микс дринк“ – 0.7л. и водка „Савой“ – 0.7 л. както и фактури за извършени продажби на процесните напитки.

В писмото “Интротрейдинг” ЕООД посочва, че не разполага с телефон и факс поради преместване седалището на дружеството на нов адрес.

ИНФОРМАЦИЯ ОТ „ПИЕРО 97 МА” АД

В отговор на писма, изх. № КЗК-982/02.12.2009 г. и изх. № КЗК-982/16.12.2009 г., от дружеството предоставят следната информация.

„Пiero 97 МА” АД е изпълнител по договор от 10.03.2009 г. за закупуване на рекламно време и място, организиране заявяването и контрола по излъчване на рекламни кампании на възложителя „СИС Индустрийс” ООД в електронни медии – БНТ, частни ефирни, сателитни и кабелни телевизии на територията на страната. Договорът е сключен за срок до 31.12.2009 г. и влиза в сила от датата на подписването му от упълномощени представители на страните. Съгласно чл. 2 от договора, възложителя се задължава да предаде рекламния или спонсорски материал в състояние на пълна техническа годност за излъчване/публикуване чрез техническите средства на съответната медия.

„Пiero 97 МА” АД е изпълнител по договор от 10.03.2009 г. за организиране и провеждане на рекламни кампании на рекламодатели, посочени от възложителя „СИС Индустрийс” ООД в електронни медии – радиостанции, Интернет, кино – реклама и във вестници и други печатни издания на територията на страната. Договорът е сключен за срок до 31.12.2009 г. и влиза в сила от датата на подписването му от упълномощени представители на страните.

„Пiero 97 МА” АД твърди, че не е ангажирано с изготвяне на рекламните послания във връзка с популяризиране на продуктите „Савой микс дринк” и „Водка Савой”.

ИНФОРМАЦИЯ ОТ “БОЛКАН НЮЗ КОРПОРЕЙШЪН” ЕАД

В отговор на писма, изх. № КЗК-982/17.11.2009 г. и изх. № КЗК-982/02.12.2009 г., от дружеството предоставят следната информация.

Процесните реклами са излъчвани по телевизионна програма ”Би Ти Ви” (БТВ) на “Болкан Нюз Корпорейшън” ЕАД въз основа на Възлагателно писмо (...)*. Отношенията между (...)* и “Болкан Нюз Корпорейшън” ЕАД са уредени в рамков договор (...)*, като посоченото Възлагателно писмо е неразделна част от този договор.

“Болкан Нюз Корпорейшън” ЕАД представя подробна справка (схема на излъчване) на всички излъчени до момента рекламни клипа на продуктите „Савой микс дринк” и „Водка Савой” във връзка с часовите пояси и това колко често е била излъчвана процесната реклама.

ИНФОРМАЦИЯ ОТ „НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ- ПЪРВИ ЧАСТЕН КАНАЛ” ЕАД

В отговор на писма, изх. № КЗК-982/17.11.2009 г. и изх. № КЗК-982/02.12.2009 г., от дружеството предоставят следната информация.

В качеството си на телевизионен оператор Нова Телевизия има право да включва в програмата си реклама. Съгласно разпоредбата на чл. 73 от Закона за радиото и телевизията, рекламата и спонсорството се уреждат с писмени договори между радио- и телевизионните оператори и рекламодателя или спонсора. Отношенията между „Пиеро 97 МА“ АД и Нова Телевизия са уредени в рамков договор от 01.01.2009 г. Налице е бизнес споразумение за купуване на рекламno ефирно време между Нова Телевизия и “СИС Индустрийс” ООД от 14.01.2009 г.

Нова телевизия е ангажирана с излъчване на рекламни клипове във връзка с популяризиране на напитки с наименования „Савой микс дринк” и „Водка Савой”.

Нова Телевизия представя Сертификати за излъчване, които представляват документ, който се издава от Нова телевизия на базата на действително направените излъчвания на даден рекламен клип, от които е видно през кой ден от периода на рекламната кампания, кой от посочените по-горе рекламни клипове е излъчван, както и в какъв часови пояс е излъчван.

От момента на стартиране на рекламната кампания на продуктите „Савой микс дринк” и „Водка Савой” до края на същата не е налице промяна в предоставените за излъчване рекламни клипове – нито по отношение на тяхната визуализация, нито в тяхното съдържание.

ИНФОРМАЦИЯ ОТ “ТОП ДРИНКС” ООД

В отговор на писма, изх. № ИПИ-174-КЗК-982/10.02.2010 г. и изх. № ИПИ-191-КЗК-982/23.02.2010 г., от дружеството предоставят следната информация.

„Топ Дринкс” ООД осъществява стопанска дейност свързана с търговия и дистрибуция на алкохолни и безалкохолни напитки.

Дружеството твърди, че от създаването си до настоящия момент не е закупувало и разпространявало напитки с наименования „Савой коктейл” – 0,2 л., „Савой микс дринк” – 0,7 л.

„Топ Дринкс” ООД представя заверени копия на фактури за периода от 01.02.2009 г. до 28.02.2009 г, доказващи закупеното от дружеството количество продукти от дистрибутора „Девел” ЕООД.

ИНФОРМАЦИЯ ОТ “ЕКСТЕНД БГ” ООД

В отговор на писмо, изх. № ИПИ-173-КЗК-982/10.02.2010 г. от дружеството предоставят следната информация.

„Екстенд БГ” ООД осъществява стопанска дейност свързана с търговия на едро, основно с хранителни продукти.

Дружеството твърди, че не е разпространявало напитки с наименования „Савой коктейл” – 0,2 л., „Савой микс дринк” – 0,7 л.

ФАКТИЧЕСКА ОБСТАНОВКА

I. Идентификация:

1. “СИС Индустрийс” ООД, гр. София, ЕИК 040275584 е със седалище и адрес на управление: гр. София 1421, област София (столица), община Столична, ул. “Джеймс Баучър” № 77, ет. 2 и с предмет на дейност: вътрешна и външна търговска дейност, производство и реализация на стоки и услуги, хотелиерство, ресторантьорство, специфични външноикономически операции, инженерингова,

лизингова, рекламна, маркетингова, брокерска, транспортна, спедитиорска, консултантска, туристическа, предприемаческа дейност, посредничество, представителство, агентство на български и чуждестранни физически и юридически лица, друга стопанска дейност, незабранена със закон, производство и бутилиране на вина, спирт, спиртни напитки и търговия с тях, преработка / печене / на сурово кафе на зърна, пакетиране и търговия с кафе, производство, преработка и търговия със селскостопанска продукция.

Дружеството се представлява от управителя от Рени Михайлова Стайкова.

2. “СИА” ЕАД, гр. Ловеч, ЕИК 110558474 е със седалище и адрес на управление: гр. Ловеч, област Ловеч, община Ловеч, ул. “Търговска”, № 4 и адрес за кореспонденция гр. София, ул. „Шипка”, № 48.

Дружеството е с предмет на дейност: продуцентство на телевизионни предавания и други аудио-визуални произведения, разпространение на аудио-визуални продукти, предоставяне на услуги в сферата на аудио-визуално производство, включително транспортни услуги.

Дружеството се представлява от Ивайло Марков Милев.

II. Установени факти:

1. „СИС Индустрийс” ООД произвежда и разпространява на българския пазар алкохолни напитки и в частност спиртна напитка с наименование водка „Савой” – 0.7 литра от 2007 г.² и нискоалкохолна коктейлна напитка с наименование „Савой микс дринк” – 0.7 литра от 2009 г.³

2. Комисията установи, че в търговски вериги/хипермаркети - Метро, Била, Кауфланд, Фантастико, ЦБА, Пикадили, Т-Маркет, Европа, Хит Хипермаркет и Калей **не се разпространява** коктейлна напитка с наименование „Савой микс дринк”, видно от извършено предварително проучване във връзка с настоящото производство⁴.

3. Произведеното и разпространено до момента количество на коктейлна напитка с наименование „Савой микс дринк” – **0.7 литра** от “СИС Индустрийс” ООД е **общо в размер на 6 872 броя бутилки** като 1872 броя бутилки са закупени от „Девел” ЕООД и 5000 броя бутилки са закупени от „Интротрейдинг” ЕООД видно от 2 (два) броя фактури⁵ от 16.09.2009 г. и от 21.10.2009 г.

4. От своя страна „Девел” ЕООД, гр. София продава цялото закупено от “СИС Индустрийс” ООД количество в размер на **1872 броя бутилки „Савой микс дринк” – 0.7 литра на ЕТ “Славчо Борисов - 70”**, гр. София видно от един брой фактура⁶ от 02.10.2009 г.

5. От своя страна „Интротрейдинг” ЕООД, гр. Варна продава цялото закупено от “СИС Индустрийс” ООД количество в размер на **5000 броя бутилки**

² Видно от предоставени от дружеството 2 (два) бр. фактури: № 0000000791 / 17.09.2007 г., № 0000004468 / 25.09.2009 г. един брой бутилка водка „Савой” представляваща спиртна напитка с 37,5 об. %. Производството на продукта водка „Савой” е развитие на бранда „Савой клуб”, който е използван от „СИС Индустрийс” от 1994 г.;

³ Видно от предоставени от дружеството 2 (два) бр. фактури: № 0000004428 / 16.09.2009 г., № 0000004668 / 21.10.2009 г., един брой бутилка коктейлна напитка „Савой микс дринк”, представляваща нискоалкохолна коктейлна напитка с 5.5 об. %.

⁴ Информацията е представена в отговор на писма с изх. № 2974-И/13.10.2009 г. от КЗК до посочените дружества.

⁵ Видно от предоставени от дружеството 2 (два) бр. фактури: № 0000004428 / 16.09.2009 г., № 0000004668 / 21.10.2009 г.;

⁶ Данъчна фактура с № 1000000407 / 02.10.2009 г.;

„Савой микс дринк” – 0.7 литра на „Винтайм” ЕООД, гр. Търговище видно от един брой фактура⁷ от 22.10.2009 г.

6. **“СИС Индустрийс” ООД е рекламодател във връзка с рекламна кампания за популяризиране на продуктите коктейлна напитка „Савой микс дринк” – 0,7 л. и водка „Савой” – 0,7 л., видно от представени медия планове и съгласно сключени договори с рекламна агенция „Пиеро 97 МА” АД и „СИА” ЕАД.**

7. **„СИА” ЕАД изработва двата рекламни аудио-визуални клипа „Vodka Savoy” и „Savoy Mixed Drink” във връзка с популяризиране на продуктите водка „Савой” и коктейлна напитка „Савой микс дринк” видно от представено копие на договор и 2 (два) броя фактури⁸.**

8. На 25.08.2009 г. е подписан договор между **“СИС Индустрийс” ООД (възложител) и „СИА” ЕАД (изпълнител).**

Предмет на договора е изработка на два рекламни аудио-визуални клипа на продуктите **„Savoy Mixed Drink” и „Vodka Savoy” с работно наименование „Имиджов клип 2009” за нуждите на Възложителя при спазване на определени параметри. Времетраенето на клипа е 47 секунди, като са предвидени и производни форми с времетраене от 32, 17 и 7 секунди (за целите на договора - „Производни форми” на основните варианти на клиповете, са варианти на същите рекламни клипове, създадени при използване на кадри от основните варианти, но с различно времетраене от основните).**

Рекламодател на процесните клипове е „СИС Индустрийс” ООД (чл. 2, ал. 1, т. 6); Сценарият на рекламните клипове е на „СИС Индустрийс” ООД (чл. 2, ал. 1, т. 8); „СИА” ЕАД отговаря за художествените качества на клиповете (чл. 5, ал. 5.).

Изпълнителят **„СИА” ЕАД поема задължението да изработи рекламните клипове, като се съобрази с всички законови изисквания в Република България (чл. 3, т. 9).**

Срокът за изпълнение на рекламните клипове, предмет на договора е 10.09.2009 г. при условие, че поръчката е окончателно специфицирана и изискванията на възложителя са ясни на изпълнителя.

9. Съгласно чл. 3, т. 9 от договора, **„СИА” ЕАД е изготвило проект за визуално решение - „стори борд”⁹ на водка „Савой”, съдържащ следните сцени и рекламни послания:**

- **Мръсни истории, сцената е „Нощен Бар! Камерата показва различни групи, които си шушукат...”;**

- **Мръсни номера, сцената е „Парти за рожден ден!...”;**

- **Мръсни танци, сцената е „Клуб”. Мъж и жена танцуват предизвикателно. Друга двойка също танцува доста предизвикателно! Мъж и жена танцуват под улична лампа. Жената държи в едната си ръка обувките. Мъжът страстно придърпва жената към себе си.”;**

- **Продуктови кадри – „Ледчета, които се плъзгат по повърхност и се блъскат едно в друго. Ледчета, които летят и падат – висок каданс. Да няма и да не се образува течност.”;**

- **Пекшот – „ЧИСТА ВОДКА” (Снимка на етикета).**

⁷ Данъчна фактура с № 4000000188 / 22.10.2009 г.;

⁸ Дан. Фактури № 0000000739/04.09.2009 г., № 0000000743/16.09.2009 г

⁹ Сторибордът е последователна поредица от скици която визуално пресъздава сценарият, подобно на комикс и показва визуално как ще изглежда рекламният клип.

10. Съгласно чл. 3, т. 9 от договора „СИА“ ЕАД е изготвило проект за визуално решение - „стори борд“ на **коктейлна напитка „Савой микс дринк“**, съдържащ следните сцени и рекламни послания:

- Мръсни истории, сцената е „Нощен Бар! Камерата показва различни групи, които си шушукат...“;

- Мръсни номера, сцената е „Парти за рожден ден!...“;

- Мръсни танци, сцената е „Клуб. Мъж и жена танцуват предизвикателно. Друга двойка също танцува доста предизвикателно! Мъж и жена танцуват под улична лампа. Жената държи в едната си ръка обувките. Мъжът страстно придърпва жената към себе си.“;

- Продуктови кадри – „Ледчета падащи в чаши и течност, която се блъска в тях.“;

- Пекшот – „ЧИСТА САВОЙ (Снимка на продукта Mixed Drink Savoy)“.

11. „СИС Индустрийс“ ООД е приело от „СИА“ ЕАД изготвени рекламни клипове на продуктите „Savoy Mixed Drink“ и „Vodka Savoy“ на 16.09.2009 г., видно от фактура¹⁰ за извършено окончателно плащане на договорената сума по договора.

12. Медийна агенция „Пиеро 97 МА“ АД организира и провежда рекламна кампания във връзка с популяризиране на продуктите „Савой микс дринк“ и водка „Савой“ видно от договори, копия от медиен план за излъчване на телевизионна кампания на продуктите и 2 (два) броя фактури¹¹ за извършени плащания.

13. Договор, подписан на 10.03.2009 г. между „СИС Индустрийс“ ООД в качеството си на възложител и „Пиеро 97 МА“ АД, в качеството си на изпълнител.

Предмет на договора е „СИС Индустрийс“ ООД възлага, а „Пиеро 97 МА“ АД приема да закупува рекламно време и място, да организира, заявяването и контрола по излъчването на рекламни кампании на Възложителя в електронни медии- БНТ, частни ефирни, сателитни и кабелни телевизии на територията на страната.

Условията за заявяване и изпълнение на рекламните съобщения, като срокове, цени, технически изисквания и др. се договарят и записват в съответствие с изискванията на конкретната медия във всяка отделна рекламна поръчка (медия план) (чл. 2).

Изпълнителят се задължава да спазва схемата на рекламната поръчка, като се съобразява изцяло с изискванията на Възложителя, няма право да се отклонява от поръчката, освен с изричното писмено съгласие на Възложителя (II/1.)

„СИС Индустрийс“ ООД се задължава да предаде рекламния или спонсорския материал в състояние на пълна техническа годност за излъчване /публикуване, чрез технически средства на съответната медия, в сроковете по договора и в съответствие с Условията и Тарифите на същата медия.

„СИС Индустрийс“ ООД се задължава да предаде материали за излъчване/публикуване на реклама и/или спонсорски обяви със съдържание и форма които да отговаря на изискванията на ЗРТ и другите нормативни актове, регламентиращ рекламната според законите на страната (II/2.).

Възложителят поема пълна отговорност и обезщетява изцяло Изпълнителя от претенции на трети лица, свързани предадените рекламни материали и излъчването /публикуването им, в изпълнение на договора. (II/2.)

¹⁰ Данъчна фактура № 0000000743/16.09.2009 г.;

¹¹ Данъчни фактури с № 0000012306/12.11.2009 г. и № 0000012706/30.11.2009 г.;

Във всички случаи на наложени и влезли в сила наказателни постановления от страна на Регулаторния орган на Електронната медия, която излъчва реклама по силата на този договор, за констатирани нарушения на ЗРТ или решения на СЕМ, непосредствено свързани с излъчването на рекламни форми по договора, в резултат на виновното поведение на „СИС Индустрийс“ ООД, във връзка с верността на информацията и законосъобразността на рекламните материали предоставени за излъчване, Възложителят се задължава да обезщети незабавно „Пиеро 97 МА“ АД, със сумата на наложената административно-наказателна санкция.

14. Договор, подписан на 10.03.2009 г. между „СИС Индустрийс“ ООД в качеството си на възложител и „Пиеро 97 МА“ АД, в качеството си на изпълнител.

Предмет на договора е „СИС Индустрийс“ ООД възлага, а „Пиеро 97 МА“ АД приема да организира и проведе рекламни кампании рекламодатели, посочени от Възложителя в електронни медии- радиостанции, интернет, във вестници и други печатни издания, кино-реклама, на територията на страната (чл. 1).

Условията за заявяване и изпълнение на рекламните схеми, като срокове, цени, технически изисквания и др. се договарят и записват в съответствие с изискванията на конкретната медия във всяка отделна рекламна поръчка. (чл. 3).

Изпълнителят се задължава да спазва схемата на рекламната поръчка, като се съобразява изцяло с изискванията на Възложителя, няма право да се отклонява от поръчката, освен с изричното писмено съгласие на Възложителя (II/1.)

„СИС Индустрийс“ ООД се задължава да предаде рекламния материал спазвайки сроковете по договора и в съответствие с Условията и Тарифите на същата медия.

„СИС Индустрийс“ ООД носи отговорност за съдържанието на рекламния материал, който трябва да отговаря на нормативните изисквания за рекламна етика и авторски права. (II/2.) .

Възложителят поема пълна отговорност и обезщетява изцяло Изпълнителя от претенции на трети лица, свързани с предадените рекламни материали и излъчването/публикуването им, в изпълнение на договора. (II/2.)

Договора влиза в сила от датата на подписването му и е валиден до 31.12.2009 г.

15. На 01.01.2009 г. е подписано Възлагателно писмо от (...) * като рекламен агент да закупува и преговаря от името на възложителя за своя сметка време за излъчване на телевизионна реклама в програмата на национална телевизия (...) *, който от своя страна възлага на (...) * да излъчва рекламни клипове в програмната схема на (...) *. Предмет на възлагането е телевизионното излъчване на рекламата на продуктите и марките на „СИС Индустрийс“ ООД – водка „Савой“ и коктейлна напитка „Савой микс дринк“. Във Възлагателното писмо „СИС Индустрийс“ ООД, представлявано от Рени Михайлова Стайкова, в качеството ѝ на управител на дружеството, гарантира, че рекламният клип или спонсорска заставка, чието излъчване се възлага са изработени в съответствие с изискванията на ЗРТ, ЗАПСП, ЗЗПТ, ЗМГО, ЗЗК, ЗЗ и останалото приложимо българско законодателство. В случай, че бъдат предявени претенции към (...) *, вследствие нарушение на някоя от горните гаранции, „СИС Индустрийс“ ООД гарантира, че ще поеме цялата отговорност.

Отношенията между (...) * са уредени в рамков договор от (...) * като посоченото Възлагателно писмо е неразделна част от този договор.

16. На (...) * е сключено Бизнес споразумение между (...) *.

Към Споразумението от страна на (...)*) е приложен медия план на излъчените рекламни клипове на процесните напитки за периода (...)*.

17. Рекламният клип на **коктейлна напитка „Савой микс дринк“** е излъчван в националното телевизионно пространство за периода от **18.09.2009 г. до 18.10.2009 г.**, видно от медийни планове¹² за провеждане на телевизионна кампания на продукта и в частност:

- По **бТВ** рекламният клип на **коктейлна напитка „Савой микс дринк“** е излъчван от **01.10.2009 г. до 18.10.2009 г.** в две производни форми с продължителност от **17 сек. и 32 сек.**

- По **Нова Телевизия** рекламният клип на **коктейлна напитка „Савой микс дринк“** е излъчван от (...)*, в три производни форми с продължителност от **17 сек., 32 сек. и 47 сек.**

18. Рекламният клип на **продукта коктейлна напитка „Савой микс дринк“** е излъчван в медийното телевизионно пространство за периода от **18.09.2009 г. до 18.10.2009 г. общо 98** (деветдесет и осем) пъти – **52 бр. по бТВ, (...)* бр. по Нова Телевизия и 8 бр. по PRO BG** в часовото време от **12.15 ч. до 21.30 ч.**, видно от медиен план за провеждане на телевизионна кампания на продукта.

19. Рекламният клип на **продукта водка „Савой“** е излъчван в националното телевизионно пространство за периода от **18.09.2009 г. до 30.11.2009 г.**, видно от медийни планове за провеждане на телевизионна кампания на продукта и в частност:

- По **бТВ** рекламният клип на **спиртна напитка водка „Савой“** е излъчван от **18.09.2009 г. до 18.10.2009 г.** в три производни форми с продължителност от **17 сек., 32 сек. и 47 сек.**

- По **Нова Телевизия** рекламният клип на **спиртна напитка водка „Савой“** е излъчван (...)*, в четири производни форми с продължителност от **7 сек.** (излъчван като спонсорска заставка на предаването (...)*), **17 сек., 32 сек. и 47 сек.**

20. **Продукта водка „Савой“** е рекламиран и чрез публикации в преса и списания „Maxim“, „National Geographic“, „Auto Bild“, „Блясък“, „Лов и Риботов“ и „Една седмица в София“ от **15.09.2009 г. до 31.10.2009 г.**¹³

21. Рекламният клип на **продукта водка „Савой“** е излъчван в медийното телевизионно пространство за периода от **18.09.2009 г. до 18.10.2009 г. общо 56** (петдесет и шест) пъти – **36 бр. по бТВ, (...)* по Нова Телевизия, 2 бр. по Диема и 2 бр. по Диема 2** видно от медиен план за провеждане на телевизионна кампания на продукта. В телевизионните програми **бТВ и Нова Телевизия** рекламният клип на **продукта водка „Савой“** е излъчван в часовете след **22.00 ч.**, а в телевизионни програми **Диема и Диема 2** в часовия пояс **преди 22.00 ч. (21.45 ч.).**

22. Видно от Сертификат за излъчване¹⁴ на реклама по **Нова телевизия** за популяризиране на **продукта водка „Савой“** с рекламодател **“СИС Индустрийс” ООД** и параметри на спота: продължителност – (...)* секунди, период на излъчване от (...)* **общо за периода (...)* бр. излъчвания** се установи, че **спиртна напитка с наименование водка „Савой“** е излъчвана в следното часово време:

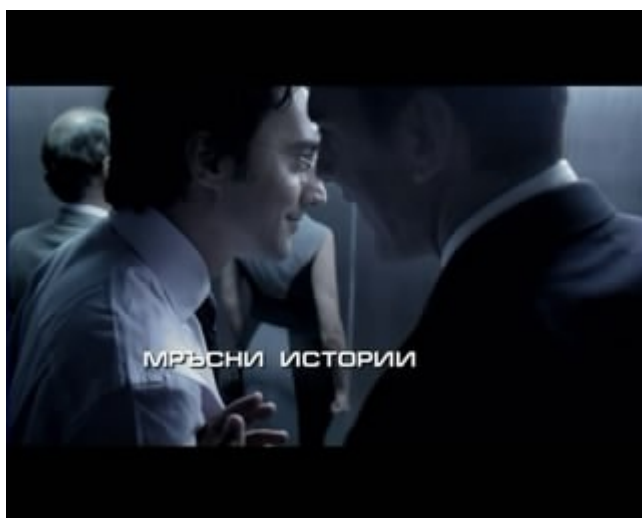
¹² Информацията е представена от „Пиеро 97 МА“ АД с писмо вх. номер към КЗК-982/11.12.2009 г.;

¹³ Видно от представен медия план от „Пиеро 97 МА“ АД с писмо вх. номер към КЗК-982/11.12.2009 г.;

¹⁴ Сертификатът е издаден на 06.10.2009 г. от Нова телевизия на базата на действително направени излъчвания на рекламния клип.

24. С Протокол № 1/01.03.2010 г. на работния екип се установи следното:
„СИА” ЕАД прилага към писмо, вх. № В-650/03.02.2010 г. към КЗК-982/2009 г. процесния рекламен спот (32 сек.) на електронен носител, относно продукта **водка „Савой”**, със следното съдържание:

Рекламата започва с пътуващи в асансьор млади хора като двама мъже си шушукат и се смеят, в този момент **(на втората секунда от спота)** се изговаря и изписва текстът **„мръсни истории”** (Снимка № 1). След което излизат от асансьора и на екрана се появяват удрящи се едно в друго кубчета лед. Рекламата продължава като се представя вечерно градинско парти около басейн. Един мъж е бутнат и пада в басейна като в този момент **(на десетата секунда от спота)** се изговаря и изписва текстът **„мръсни номера”** (Снимка № 2) След което се появяват кубчетата лед, които падат в прозрачна стъклена чаша за алкохолна напитка. Рекламата продължава като отново се показва градинското парти с танцуващи страстно млади хора и в този момент **(на двадесет и четвъртата секунда от спота)** се изговаря и изписва текстът **„мръсни танци”** (Снимка № 3) След което, **в двадесет и деветата секунда** в лявата част на екрана се появява тъмно син етикет, на който може да се прочете надписът **„Savoy”** и под него с по-дребен шрифт надписът **„vodka”**. В дясно от него, в средата на екрана с едри бели букви се изписва **„ЧИСТА ВОДКА”** и в този момент се изговаря **„Савой – чиста водка”**. (Снимка № 4).



Снимка № 1



Снимка № 2



Снимка № 3



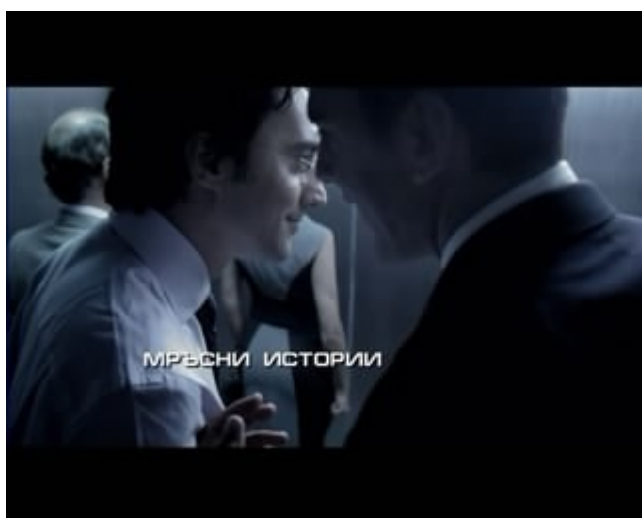
Снимка № 4

25. С Протокол № 2/01.03.2010 г. на работния екип се установи следното:

„СИА” ЕАД прилага към писмо, вх. № В-650/03.02.2010 г. към КЗК-982/2009 г. процесния рекламен спот (32 сек.) на електронен носител, относно продукта „Савой микс дринк”, със следното съдържание:

Рекламата започва с пътуващи в асансьор млади хора като двама мъже си шушукат и се смеят, в този момент **(на втората секунда от спота)** се изговаря и изписва текстът „**мръсни истории**” (Снимка № 5). След което излизат от асансьора и на екрана се появяват удрящи се едно в друго кубчета лед. Рекламата продължава като се представя вечерно градинско парти около басейн. Един мъж е бутнат и пада в басейна като в този момент **(на десетата секунда от спота)** се изговаря и изписва текстът „**мръсни номера**” (Снимка № 6). След което на екрана се появява прозрачна стъклена чаша за алкохолна напитка в която се налива прозрачна течност. Рекламата продължава като отново се показва градинското парти с танцуващи страстно млади хора и в този момент **(на двадесет и четвъртата секунда от спота)** се изписва текстът „**мръсни танци**” и след това се изговаря „**мръсни танци**” (Снимка № 7). В двадесет и осмата секунда на екрана се появява бутилка, която е затворена с тъмно синя капачка под която е поставена

широка тъмно синя лента. Бутилката е с тъмно син етикет, на който може да се прочете надписът „Savoy”. От дясно на бутилката има чаша за алкохолна напитка, съдържаща бяла прозрачна течност и ледени кубчета. **В двадесет и деветата секунда** в дясно от бутилката, в средата на екрана се изписва „ЧИСТА” с едри бели букви и в този момент се изговаря „ЧИСТА - Савой” (Снимка № 8). В **тридесетата секунда** изображението на бутилката се приближава, за да може да бъде прочетено на етикета следния надпис: „Savoy”, изписан с едър шрифт и под него с дребен шрифт е изписано „mixed drink”. (Снимка № 9).



Снимка № 5



Снимка № 6



Снимка № 7



Снимка № 8



Снимка № 9

26. Видно от рекламен клип (с продължителност 32 сек.), описан в т. 25, излъчен по БТВ и Нова Телевизия във връзка с популяризиране на продукта коктейлна напитка „Савой микс дринк“ се установи, че в **30 (тридесетата) секунда от 32 (тридесет и две) секундният спот** зрителите могат да прочетат

изписано с дребен шрифт „mixed drink” върху етикета на бутилката. В рекламния клип надписът „mixed drink” се появява на екрана за 2 (две) секунди (Снимка № 9).

27. Видно от представени образци (бутилки)¹⁶ на спиртна напитка с наименование **водка „Савой ” – 0.7 л.**, бутилката изглежда по следния начин: Стъклена прозрачна бутилка с вместимост от 0,7 литра, със специфична форма разширена в долната част с изобразен отпред над етикета релефен знак на „Савой”. Бутилката е затворена с тъмно синя капачка върху която е изобразен знакът на „Савой ”. Под капачката е поставена **широка тъмно синя лента върху която е изобразено и изписано едно под друго:** знакът на „Савой”, „Savoy” и „vodka”. Етикетът е разположен по дължина на бутилката, с трапецовидна форма заоблена в горната и долна част, следвайки специфичните извивки на бутилката. Етикетът е тъмно син на цвят, ограден от сребриста ивица. Надписите на етикета са центрирани, като в горната част е изобразен знакът на „Савой”, под него с латински едри бели букви, със сребрист кант е изписано „Savoy”, под него с латински по-дребни сребристи букви е изписано „vodka”. Под него е изписано с много дребни латински букви един под друг следните надписи: „100% Pure grain”, „unique multiple distillation of pure grain, achieved in years of improvement”, „smooth and crystal clear vodka”. В долния ляв ъгъл е изписано **“37,5% VOL”**, а в долния десен ъгъл **„700 MLe”**. Най-отдолу на етикета са изобразени три броя кръгли сребристи знака. (Фигура № 1)

¹⁶ Представени 3 (три) броя бутилки, по една от “СИС Индустрийс” ООД, ”Девел” ЕООД и “Интротрейдинг” ЕООД;

Фигура № 1



28. Видно от представени образци (бутилки)¹⁷ на коктейлна напитка с наименование „Савой микс дринк” – 0.7 л., бутилката изглежда по следния начин: Стъклена прозрачна бутилка с вместимост от 0,7 литра, със специфична форма разширена в долната част с изобразен отпред над етикета релефен знак на „Савой”. Бутилката е затворена с тъмно синя капачка върху която е изобразен знакът на „Савой”. Етикетът е разположен по дължина на бутилката, с трапецовидна форма заоблена в горната и долна част, следвайки специфичните извивки на бутилката. Етикетът е тъмно син на цвят, ограден от сребриста ивица. Надписите на етикета са центрирани, като в горната част е изобразен знакът на „Савой”, под него с едри бели букви със сребрист кант е изписано „Savoy”, под него с латински по-дребни сребристи букви е изписано „mixed drink”. Под него е изписано с много дребни латински букви „unique multiple distillation of pure grain, achieved in years of improvement”. В долния ляв ъгъл е изписано „5,5% VOL”, а в долния десен ъгъл „700 MLe”. Най-отдолу на етикета са изобразени три броя кръгли сребристи знака. (Фигура № 2).

Фигура № 2



¹⁷ Представени 3 (три) броя бутилки, по една от “СИС Индустрийс” ООД, ”Девел” ЕООД и “Интротрейдинг” ЕООД;



ПРАВЕН АНАЛИЗ И ИЗВОДИ

В конкретното производство, преди да обсъди в анализа си поведението на ответните страни по същество, Комисията следва да уточни периода на разпространение на рекламните клипове, предмет на проучването, с оглед на правилно прилагане на материалния закон. Както се установи процесните рекламни клипове на „водка Савой” и коктейлна напитка „Савой микс дринк” са излъчвани в медиите (ефирните телевизии и печатни издания) в периода от **18.09.2009 г.** до **30.11.2009 г.** В този смисъл, поведението на “СИС Индустрийс” ООД и „СИА” ЕАД, във връзка с възлагането и изработването на рекламните клипове, следва да бъде разгледано с оглед на Закон за защита на конкуренцията (ДВ, бр. 102 от 28.11.2008 г.), в сила от 02.12.2008 г.

Приложимост на глава седма от ЗЗК

За да се изследва и докаже осъществяване на който и да е от специалните състави на глава седма от ЗЗК, е необходимо да бъдат установени кумулативно посочените в общата забрана за нелоялна конкуренция на чл. 29 от ЗЗК елементи, а именно: наличие на стопанска дейност; отношения на конкуренция между страните по преписката и действие или бездействие, противоречащо на добросъвестната търговска практика, което уврежда или създава опасност от увреждане интересите на конкурентите в отношенията помежду им. В конкретния случай, наличието на конкурентни отношения между страните по спора, е елемент, който не подлежи на изследване, тъй като производството е образувано служебно на основание чл. 38, ал. 1, т. 1 от ЗЗК и по него няма насрещни страни.

„СИА” ЕАД е конституирана като страна в производството с Определение № 285/ 16.03.2010 г. на КЗК, във връзка с участието на дружеството в процеса на изготвяне на рекламните аудио-визуалните клипове на напитки „водка Савой” и коктейлна напитка „Савой микс дринк”.

В настоящото производство безспорно бе установено, че “СИС Индустрийс” ООД и „СИА” ЕАД осъществяват стопанска дейност по смисъла на § 1, т. 13 от ДР на ЗЗК. “СИС Индустрийс” ООД произвежда и разпространява алкохолни напитки на територията на страната, а „СИА” ЕАД, изготвя и разпространява аудио-визуални продукти, следователно същите следва да бъдат разглеждани като предприятия по смисъла на § 1, т. 7 от ДР на ЗЗК.

Релевантна в настоящото производство е дейността им свързана с възлагането и изготвянето на рекламни клипове на напитки с марката „Савой”. Както се установи “СИС Индустрийс” ООД провежда рекламна кампания за популяризирането на „водка Савой” и коктейлна напитка „Савой микс дринк” в периода от 18.09.2009 г. до 30.11.2009 г. За целта дружеството възлага на „СИА” ЕАД да заснеме рекламните клипове на процесните напитки. Доколко действията на ответниците се осъществяват в противоречие с добросъвестната търговска практика и увреждат или могат да увредят интересите на конкурентите, в отношенията помежду им, следва да се направи с оглед специалните разпоредби на чл. 32, във връзка с чл. 33 от ЗЗК.

по чл. 32 от ЗЗК

Действащият ЗЗК въвежда заблуждаващата реклама, като една от формите на нелоялна конкуренция, която е забранена поради негативния ефект, който оказва или може да окаже, както върху отношенията между конкурентите, така и върху икономическото поведение на потребителите. В защита на тези комплексни интереси, законодателят е създал правна рамка, целяща да ограничи рисковете и негативите от разпространението ѝ. В чл. 32-33 от ЗЗК е уредена общата забрана за заблуждаваща реклама, изцяло хармонизирана с европейските норми, като въвежда в националното законодателство разпоредбите на Директива 2006/14/ЕО на Европейския парламент и Съвета относно заблуждаващата и сравнителната реклама.

Съгласно легалната дефиниция, дадена в чл. 33, ал. 1 от ЗЗК, **заблуждаваща** е всяка реклама, която по какъвто и да е начин, включително по начина на нейното представяне, подвежда или може да подведе лицата, до които е адресирана или достига, и поради това може да повлияе на тяхното икономическо поведение или по тези причини нанася или може да нанесе вреди на конкурент. С визираната разпоредба, се цели да се ограничат действията на предприятията при създаването и разпространението на реклами, с цел да се избегне използването на неясни послания, които премълчават или преувеличават информация, която достига до крайния потребител.

За да е осъществен съставът на нормата на чл. 33, ал. 1 е необходимо преди всичко да се установи наличието на реклама по смисъла на § 1, т. 11 от ДР на ЗЗК. Съгласно дефиницията, **„реклама”** е всяко съобщение във връзка с търговия, занаят или професия, което има за цел да насърчи реализацията на стоки или услуги, включително на недвижими имоти, права и задължения.

Безспорно процесните клипове на напитки „водка Савой” и коктейлна напитка „Савой микс дринк” излъчени в медиите имат рекламен характер и като такива, следва да бъдат разгледани с оглед начина на въздействие и представяне на рекламното послание.

Преди обаче да обсъди в анализа си съдържанието на процесните рекламни послания по смисъла на чл. 33, ал. 1 от ЗЗК, Комисията следва да разгледа поведението на предприятията, **участвали в процеса на изготвянето и/или разпространението на** процесните рекламни клипове, с оглед ангажиране на тяхната **отговорност по ЗЗК**. Законодателят изрично е предвидил в чл. 32, ал. 2 от ЗЗК, че отговорност за заблуждаваща реклама носят рекламодателят и рекламната агенция, изготвила рекламата.

Съгласно постоянната си практика, Комисията счита, че при тълкуване на понятието **„Рекламодател”** следва да се отчете и формулировката дадена в

Националните етични правила на Националният съвет за саморегулация (НСС)¹⁸, според която „понятието „рекламодател” означава всяко физическо или юридическо лице, което директно или индиректно промотира стоки, услуги, права, задължения, фирми, търговски марки, символи и пр. директно или чрез агент или посредник”.

Както се установи, производител на рекламираните продукти, водка и коктейлна напитка „микс дринк” с търговска марка „Савой” е “СИС Индустрийс” ООД. Дружеството присъства на пазара на алкохолни напитки от 1994 г., чрез разпространение на алкохолни напитки, с марка „Савой клуб”, (общо известна марка за стоки от клас 33 алкохолни напитки, публикувана в бюлетина на Патентно ведомство) и от 2007 г. чрез разпространение на алкохолни напитки, с марка „Савой”. Както самото дружество посочва, с цел популяризиране на посочените продукти с марка „Савой” в периода от септември 2009 г., до ноември 2009 г. същото е организирано масирана рекламна кампания (чрез ефирните телевизии и печатни медии), като развитие на бранда „Савой”, като за целта дружеството създава собствена концепция и сценарий на рекламните послания. По силата на договор от 25.08.2009 г. подробно описан в т. 8 от установените факти дружеството възлага на „СИА” ЕАД, да заснеме и изработи рекламни клипове на водка „Савой” и коктейлна напитка „Савой микс дринк” по предварително създадения от “СИС Индустрийс” ООД сценарий. В договора е предвидено, че всички имуществени права върху създадените рекламни клипове, включително, режисьорска и операторска работа, анимация и правата за използване на музикалното произведение, с изключение на артистите изпълнители, се отстъпват от „СИА” ЕАД на възложителя “СИС Индустрийс” ООД. На 16.09.2009 г. дружеството е приело изработените от „СИА” ЕАД рекламните клипове и с цел, същите да достигнат до крайните потребители възлага на „Пiero 97 МА” АД да закупи рекламно време, място и да организира рекламна кампания на продуктите „Савой микс дринк” и водка „Савой”, по силата на сключени рамкови договори (подробно описани в т. 13 и 14 от установените факти) и възлагателно писмо (подробно описано в т. 12 от установените факти). При предоставянето на рекламните клипове за целите на излъчването им в електронните медии “СИС Индустрийс” ООД гарантира, че притежава авторските права и други имуществени права върху предадените рекламни материали, че е собственик на търговската марка на рекламираните стоки. В договорите изрично е предвидена отговорността на “СИС Индустрийс” ООД за съдържанието на предоставените материали, които следва да отговарят на нормативните изисквания за рекламна етика и авторски права. Нещо повече с подписването на възлагателно писмо “СИС Индустрийс” ООД гарантира, че рекламните клипове, чието излъчване се възлага са изработени в съответствие с изискванията на ЗРТ, ЗАПСР, ЗЗПРТ, ЗМГО, ЗЗК, ЗЗ и останалото приложимо българско законодателство.

Именно с оглед на цялостното поведение на производителя, във връзка рекламната кампания на продуктите водка „Савой” и коктейлна напитка „Савой микс дринк”, както и прякото му участие в процеса на създаването и разпространението на рекламните клипове, предмет на разглеждане в настоящото производство, **Комисията приема, че “СИС Индустрийс” ООД е рекламодател по смисъла на чл. 32, ал. 2 от ЗЗК. Следователно, отговорност за съдържанието**

¹⁸ Националният орган за саморегулация е сдружение с нестопанска цел в обществена полза - независим орган за саморегулация в рекламата и търговската комуникация в България.

и рекламирането на процесните рекламни клипове, следва да носи рекламодателят „СИС Индустрийс“ ООД.

С нормата на чл. 32, ал. 2 от ЗЗК, законодателят разширява кръга от отговорни лица изготвили заблуждаваща реклама, с което цели да повиши превантивния контрол, който всеки участващ в рекламния процес може да осъществи на своето ниво. Чрез въведената паралелна отговорност - рекламодател (независимо дали е търговец или производител), който в желанието да промотира продукта си е склонен да наруши законовите ограничения, може и следва да бъде възпрян от рекламната агенция, на която е възложено изготвянето на рекламата.

Именно с оглед на така отграничената отговорност на всеки участник в процеса на създаване на рекламни послания, Комисията следва да разгледа участието на „СИА“ ЕАД, при изготвянето на рекламни клипове на водка и коктейлна напитка „микс дринк“ с марката „Савой“.

„СИА“ ЕАД оспорва конституирането на дружеството като ответна страна в производството, като излага твърдения, че не е рекламна агенция. Предметът на дейност на дружеството е производство на аудио-визуални произведения и продуцентство. В качеството си на изпълнител по договор от 25.08.2009 г., „СИА“ ЕАД единствено е заснело процесните рекламни клипове, по вече изготвен и одобрен от възложителя сценарии. С оглед на което, дружеството счита, че не следва да носи отговорност по смисъла на чл. 32, ал. 2 от ЗЗК.

Както вече бе посочено цитираната разпоредба изрично определя субектите, които носят отговорност за заблуждаваща и неразрешена сравнителна реклама. От една страна това е рекламодателят, който в качеството си на производител или търговец възлага изработването на рекламата, а от друга страна е рекламната агенция, която е изготвила процесната реклама.

Във връзка с изложените възражения на страна на „СИА“ ЕАД, следва да се има предвид следното. ЗЗК не съдържа легална дефиниция на понятието „рекламна агенция“ като един от субектите на нарушението по чл. 33 във връзка с чл. 32, ал. 2 от ЗЗК. При определяне на това, дали даден субект попада в обхвата на нормите на ЗЗК и следователно може да носи отговорност за извършеното нарушение, следва да се изхожда от целта на закона. В нормата на чл. 32, ал. 2 от ЗЗК законодателят изрично е визирал изпълнителното деяние на субекта, което води до ангажиране на неговата административно наказателна отговорност. А именно, за да може едно лице да приеме качеството на рекламна агенция по смисъла на чл. 32, ал. 2 от ЗЗК, то следва да е извършило действия, с които по пряк или косвен начин е участвало в процеса на изготвянето на заблуждаващата реклама. Целта на законодателя, видна от използваната широка формулировка на изпълнителното деяние, е да ангажира отговорността на всички субекти, които по какъвто и да е начин са взели участие и са допринесли за формиране, чрез рекламното послание, на заблудата на потребителите. В противен случай законодателят би използвал формулировка на изпълнителното деяние, която да конкретизира, включително и лингвистично чрез използвания глагол, отделни етапи или действия при изготвянето на рекламите и по този начин да стесни и кръга на отговорните субекти.

При липсата на легална дефиниция в ЗЗК за субекта на нарушението „рекламна агенция“, освен от целта на закона, насоки за субектния обхват на това понятие могат да се извлекат и от възприетото разбиране в съответния бранш. В

Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Р България¹⁹, приети от Националния съвет за саморегулация - независим орган за саморегулация в рекламата и търговската комуникация в България, възприетата дефиниция за „рекламна агенция“ е: „всяко физическо или юридическо лице предлагащо услуги в сферата на различните форми на търговска комуникация, включително планиране, дизайн и производство, медия планиране и закупуване, проучвания, консултиране и пр.“. **Маркетинг / Търговската комуникация**, от своя страна, е определена в същите правила като включваща „рекламирането и други техники за предаване на информация, като промоции, спонсорство и директен маркетинг, реклама в местата на продажба и пр. и трябва да бъде тълкувано в най-широк смисъл като всяка форма на комуникация, произведена директно от рекламодателите и/или от тяхно име и за тяхна сметка и предназначена главно да популяризира продукти или да повлияе върху поведението на потребителите, независимо от използваните канали за комуникация/медии“. От тези дефиниции е видно, че самият бранш се придържа към максимално широко схващане за дейностите, извършвани от рекламните агенции и не ги ограничава само до някой от етапите на създаването на рекламните послания.

Процесът по изготвяне на един рекламен продукт в неговата цялост е свързан с редица етапи, през които той преминава, докато достигне своя краен и завършен вид, в който се разпространява към потребителите и в който въздейства върху възприятията и емоциите на потребителите. Безспорно основата, върху която стъпва рекламата, доколкото тя е продукт с художествена стойност, е творческата концепция, идеята, която тя трябва да внуши. Но веднъж създадена тази концепция, под формата на множество криейтив предложения и одобрена от рекламодателя, тя следва да бъде обективирана по съответно избрания начин. Дали това ще бъде печатна, радио или аудио визуална реклама е въпрос на преценка на страните в хода на самия процес по нейното изготвяне. По-същественото е, че независимо от това как следва да изглежда самата реклама, за да може тя да получи завършен вид е необходимо тя да бъде обективирана във формата, под която ще промотира дадена стока или услуга.

Тези изводи са особено очевидни в случаите, в които рекламата се разпространява към крайните потребители под формата на аудио-визуално произведение. Независимо колко добър и целенасочен е сценарият на клипа, не той достига до крайните потребители. Потребителите попадат под въздействието на много кратък, и затова особено концентриран като внушение филм. Безспорно е, че изборът на актьорите и тяхната игра, подходящият терен за снимки и декори, режисьорското и операторско майсторство, озвучаването и не на последно място монтажът са тези дейности по изготвяне на рекламния клип, без които той не би съществувал в обективната действителност и които, в крайна сметка, оформят визията на рекламното послание и определят възприемането и запечатването му в съзнанието на потребителите. Без майсторското изготвяне на рекламните клипове не би съществувал рекламен продукт, който да достигне до потребителите.

Рекламата, достигаща до потребителите, преминава през различни етапи на изготвянето си, започващи от създаване на творческата концепция и достигащи до създаване на рекламното послание във вида, в който ще се излъчи към потребителите. В този смисъл лицата, които участват в етапа, свързан с обективирането под някаква форма на рекламния продукт, независимо дали

¹⁹ Достъпни в Интернет на адрес <http://www.nss-bg.org/kodeks.php>

следват определена одобрена концепция или не, също участват в процеса на изготвяне на рекламата. Поради това, независимо как е формулиран регистрираният им предмет на дейност, доколкото тези лица участват в процеса на изготвяне на рекламите, те носят качеството на рекламни агенции по смисъла на ЗЗК и като такива следва да съобразят поведението си с действащия закон.

В конкретния случай, както вече бе посочено, „СИА” ЕАД е взела активно и творческо участие в процеса на изготвяне на рекламните клипове. Дружеството е изготвило стори-борд, който представлява последователна поредица от скици които визуално пресъздават сценария, подобно на комикс и показва как ще изглежда рекламният клип. В реализацията на този проект за визуално решение на сценария на рекламодателя то е вложило собствена художествена концепция (по негова преценка е избран актьорския състав, музика и цялостната идея с която се пресъздава идеята на сценария). В този смисъл, **дружеството е било наясно, че предложените визуални решения на сценария** описани в т. 9. и т. 10 от установените факти, **както и впоследствие заснетите рекламни клипове на две различни по своето алкохолно съдържание напитки са идентични** (използвани са еднакви рекламни послания в съчетание с прилагателното “Мръсни...”, акцентира се на надписа „ЧИСТА” и др.), т.е. рекламират се два продукта, които не биха могли да бъдат отличени. Нещо повече, дружеството се е задължило, съгласно чл. 3, т. 9 от договора да изработи рекламни клипове, съобразно всички законови изисквания в Р. България, което включва и разпоредбите на ЗЗК относно забраната за разпространение на заблуждаваща реклама. В този смисъл дружеството е следвало да информира рекламодателя, че разпространението на двата идентични клипа може да подведе потребителите, които не биха могли да разберат, че всъщност се рекламират две различни напитки и по този начин да бъде изпълнен състава на чл. 32, ал. 1 от ЗЗК.

Въз основа на изложеното, **Комисията счита, че с действията си представляващи неразделна част от цялостния процес на изготвяне на рекламите, „СИА” ЕАД носи отговорност по смисъла на чл. 32, ал. 2 във връзка с чл. 33, ал. 1 от ЗЗК.**

Последващият анализ на Комисията ще се съсредоточи върху естеството и характера на процесните реклами, като за целта Комисията направи съпоставка на излъчените рекламни клипове, времетраене от 32 сек. на коктейлна напитка „Савой микс дринк” и „водка Савой”, както и външния вид на процесните напитки предлагани на пазара.

Видно от установените факти, **идейният проект на двата рекламни клипа е идентичен по отношение на визуализацията (с идентичен сюжет, герои и съдържание), което предопределя и възприятието им като идентични от страна на потребителите.** При извършения анализ на въздействието, което двата клипа произвеждат, то те трудно биха могли да се различат, тъй като имат идентично идейно оформление. Сюжетът, музиката и продължителността на рекламните послания на иначе различни като алкохолно съдържание, потребителски кръг и сегмент от пазара напитки са едни и същи, като в рекламата на коктейлната напитка Савой mixed drink повтаря до най-малки подробности рекламното послание на спиртната напитка водка Савой. И в двата клипа се акцентира се върху едни и същи фрази „МРЪСНИ ИСТОРИИ” (снимки № 1 и № 5), „МРЪСНИ НОМЕРА” (снимки № 2 и № 6) и „МРЪСНИ ТАНЦИ” (снимки № 3 и

№ 7) които се изговарят, изписват и появяват на екрана в един и същи моменти повтарящи се в сюжета и на двете реклами (в асансьора на втората секунда, на вечерно градинско парти на десетата секунда и на градинското парти с танцуващи страстно млади хора на двадесет и четвъртата секунда). По този начин се предизвиква асоциативна представа в потребителите, че се рекламира единствено алкохолна напитка водка „Савой”.

Като продължение на създаваното впечатление за идентичност и двата клипа, завършват със стоп кадър с продължителност от две секунди, които акцентира върху етикетите на рекламираните продукти с марка „Савой”. Те са идентични *по форма* (специфична трапецовидна следвайки извивката на бутилките), *цветово решение* (тъмно син на цвят, ограден от сребриста ивица), *местоположението на марката „Савой”* изписан с едър шрифт и бели букви в горната част в средата на етикета. Така излъченият кадър визуализира етикетите на рекламираните напитки и е единствения момент (от времетраенето на рекламните клиповете от 32 секунди), в който по някакъв начин могат да бъдат индивидуализирани и разграничени рекламираните продукти. В действителност само при задълбочено и внимателно виждане, за краткото време от 2 секунди, потребителите биха могли да различат изписаното с по-дребни сребристи букви на латиница наименование mixed drink и vodka. Тази отлика обаче остава почти незабележима, тъй като надписът остава в сянка на фона на изписаната марка „Савой” (снимки № 4 с № 9 от установените факти). Изписването на „mixed drink” на английски (в превод - смесена напитка), без превод на български и без изрично да бъде разяснено или акцентирано, чрез изговарянето или изписването на допълнителна информация, че всъщност рекламираният продукт е коктейлна напитка и съдържа смес от водка, питейна вода, захар, лимонена киселина, натриев бензонат и ароматизанти, формира заблуда у потребителите.

В рекламата никъде не се изписва или изговаря, че се рекламира коктейлна напитка, която е с ниско съдържание на алкохол. Следва да бъде отчетено, че рекламата се отнася за смесена напитка, представляваща нискоалкохолен коктейл с търговска марка „Савой”, която съдържа 5,5 обемни процента етилов алкохол и съответно не е спиртна напитка по смисъла на § 1, т. 18 от Закона за здравето (33). Рекламираната напитка не може да се отнесе към спиртните по смисъла на § 1, т. 18 от ДР на 33, понеже съдържа по-малко от 15 обемни процента етилов алкохол, а от друга страна, не представлява вино или бира, поради което не може да бъде класифицирана и като алкохолна напитка по смисъла на § 1, т. 17 от ДР на 33. В този смисъл, използваното прилагателно „ЧИСТА” и при двете реклами, което отново се изговаря и се изписва накрая на клиповете (снимки № 4 и № 8) с еднакъв едър шрифт, по никакъв начин не кореспондира със съдържанието на коктейлната напитка. Чистотата е основно и търсено от потребителите качество на алкохолния продукт водка, свързва с начина на производство и липсата на примеси, което именно се подчертава с думата ЧИСТА. Употребената и в двете рекламни послания дума ЧИСТА в никакъв случай не може да се приеме за отличителна характеристика на определената от самия производител с названието mixed (смесена/ коктейлна) напитка. Изборът на думата „чиста” може да бъде използвано, единствено като възможност да се изтъкнат, качеството на алкохолния продукт водка, начинът и на производство и липсата на примеси. Така използваното прилагателно се асоциира от потребителите именно по отношение на алкохолната напитка.

С оглед на всички изложени по-горе съображения Комисията приема, че рекламата на коктейлната напитка е недостатъчно определена, за потребителите по никакъв начин не става ясно, че в медийното пространство в един и същи период се рекламират два различни по своето алкохолно съдържание продукта. От направените по-горе констатации, се налага извода, че дружеството целенасочено е търсило да създаде асоциативна представа у потребителите, че се рекламира един продукт, а именно алкохолната напитка Водка „Савой”.

Като мотив за използването на идентични клипове в рекламната кампания, ответното дружество, посочва както маркетингови, така и икономически причини (допълнителни разходи за налагане на нов бранд, непознат на потребителската аудитория).

Комисията не споделя така изложените от ответника мотиви. При създаване на рекламните послания дружеството е следвало да съблюдава както своята икономическа стратегия, така и правилата за лоялна конкуренция при промотиране на нов продукт, с оглед на законовата забрана за заблуждаваща реклама. Дружеството е следвало ясно да отличи рекламираните по едно и също време продукти с марка „Савой”, предвид различното им алкохолно съдържание, съответно 37,5 % VOL и 5,5 % VOL и насочеността им към различна потребителската аудитория. В този смисъл, изложената от дружеството защитна теза, че използва утвърдения имидж на високоалкохолната напитка с цел да популяризира и наложи на пазара нискоалкохолната, която се явява алтернатива за потребителя, както по своето алкохолно съдържание, така и по значително по-ниската си финансова стойност, не може да бъде потвърдена от Комисията. Потребителите не получават от рекламните послания достатъчно информация, която да индивидуализира и отличи високоалкохолната от нискоалкохолната коктейлна напитка, което би било наложително особено в случаите на „запазване на имиджа”. Още повече, че поднасянето на рекламните послания става по начин, който не може да привлече адекватно вниманието на зрителите към различието на продуктите. По този начин потребителите остават с впечатлението, че адресираното до тях рекламно съобщение има за цел да рекламира именно високоалкохолната напитка.

Комисията отчита факта, че на пазара присъстват и други световни производители които рекламират нискоалкохолни коктейлни напитки, например Smirnoff Ice, Bacardi Breeze, предназначени за предлагане в заведения с директна консумация. Същите се разпространяват в характерни малки бутилки, с вместимост от (0,2 л) и се предлагат за еднократна консумация, в нощни заведения. Съществената в случая разлика е, че така предлаганите горепосочени продукти са лесно разпознаваеми и се отличават в достатъчна степен и по множество признаци от предлаганите на пазара алкохолни продукти под същите марки (Smirnoff и Bacardi).

На следващо място, рекламата обективно трябва да е в състояние да заблуди съществена част от потребителите. Това е така, защото само по себе си увреждането на интересите на конкурентите в хипотезата на чл. 33 може да настъпи единствено чрез заблуждение на потребителите, което повлиява икономическото им поведение.

Процесните реклами послания следва да бъдат разгледани с оглед на начина на тяхното въздействие и представяне и следва да са адресирани към крайните потребители. В конкретната хипотеза рекламната кампания е осъществена, чрез медиите и достига до неограничен кръг потенциални потребители.

Ответното дружество посочва, че рекламата на коктейлна напитка Савой „микс дринк“ е насочена към потребителите, които не употребяват високоалкохолни напитки. Именно с цел привличане на тази аудитория, в рекламата е следвало да се наблегне на предимствата на рекламираната коктейлна напитка, като се отличи от рекламираната алкохолната напитка водка „Савой“. Следвало е по подходящ за зрителите начин да се наблегне именно на факта, че коктейлната напитка е с ниско алкохолно съдържание. От така използваната идентична реклама за потребителите по никакъв начин не става ясно, че се рекламират две различни по своето съдържание напитки, едната високоалкохолна (водка), другата коктейлна. Рекламните послания и на двете напитки са идентични по съдържание, акцентира се върху едни и същи елементи - марката, сюжетът и използваните изрази. Характерът на рекламата предполага, **за кратко време** да се каже или покаже предимствата и най - съществената информация за рекламирания продукт, но в случая липсва каквато и да е конкретна информация за продукта (микс дринк), дори не се посочва, че се рекламира коктейлна напитка. Премълчаването на важна информация, още повече когато се касае за налагането на нов продукт, различен от рекламирания в същото време алкохолен продукт, следва да бъде определено като недобросъвестно поведение което е в състояние да въведе в заблуждение потребителите както на високоалкохолни, така и на коктейлни напитки.

При направено от Комисията предварително проучване в търговските вериги/хипермаркети се установи, че в същите никога не е разпространявана коктейлна напитка „Савой микс дринк“. Дружеството твърди, че процесната нискоалкохолна напитка е предназначена за предлагане в нощни заведения, барове, дискотеки, плажни и курортни заведения. След образуване на производството Комисията многократно изиска информация за разпространението на същата напитка в нощни заведения. От събраните в хода на производството доказателства се установи, че дружеството е произвело и разпространило за периода на рекламната кампания и след това общо 6872 бр. бутилки - коктейлна напитка „Савой микс дринк“. Цялото произведено количество е продадено съответно на 16.09.2009 г. и 21.10.2009 г. **единствено** на двамата дистрибутори на дружеството „Девел“ ЕООД и „Интротрейдинг“ ЕООД които съответно са продали на ЕТ „Славчо Борисов - 70“, гр. София и на „Винтайм“ ЕООД, гр. Търговище. Видно от събраните доказателства, цялото произведено количество е изчерпано именно в периода на рекламната кампания, в който рекламата на коктейлна напитка е била излъчвана 98 пъти в медийното телевизионно пространство, в часовия пояс **от 12,15 ч. до 21,45 ч., а на алкохолната напитка водка общо 56 пъти в часовия пояс след 20.00 часа.**

Така изложеното навежда на извода, че дружеството е нямало за цел да популяризира коктейлна напитка „Савой микс дринк“ на пазара. Този извод следва логично от несъответствието между масираната рекламна кампания и липсата на готовност на производителя да задоволи интереса на потенциалните потребители на този тип напитка. В този смисъл, Комисията приема, че рекламната кампания, организирана от дружеството в действителност е целяла промотиране и налагане на алкохолна напитка „водка Савой“, чрез използване на рекламния клип на коктейлната напитка преди 22.00 ч.

Съгласно § 1, т. 19 и т. 20 от ДР на ЗЗ, „пряка реклама“ е „всяка форма на търговско послание, съобщение или препоръка, която цели популяризирането на алкохолните напитки и/или консумацията им, чрез използване на самите напитки

или на действия, свързани с тяхното консумиране, производство и разпространение”, а „непряка реклама” е „всяка форма на търговско послание, съобщение, препоръка или действие, която използва име или фабрична марка на алкохолна напитка, както и име или фабрична марка на производител на алкохолни напитки върху продукти и стоки, които не са алкохолни напитки. При тълкуване на горните разпоредби, за да е налице непряка реклама, би следвало името и марката на алкохолната напитка да се поставят върху какъвто и да е друг предмет (топка, покривка и т. н.), но различен от напитката, която повече от очевидно, би могла да се съдържа само в съд (чаша или бутилка)”.

В този смисъл дружеството е съобщило законовите ограничения на ЗЗ за рекламата на спиртни напитки по отношение на водка Савой (името и марката на алкохолната напитка се изписват единствено върху етикета). Едновременно с това, обаче, в същия период се рекламира коктейлната напитка, чиято реклама напълно пресъздава рекламата на алкохолната напитка под същата марка, но за която не съществува законова забрана за излъчването и в определен часови пояс. По този начин дружеството заобикаля предвидените часови ограничения и идентичната за двете напитки реклама се излъчва в прайм тайма на ефирните телевизии. Следва също така да бъде отчетено, че дружеството разпространява в търговската мрежа напитките в еднакви бутилки с идентична специфична форма, разширена в долната част и с вместимост от 0,7 л. и с описаните по-горе етикети.

Използването на нелоялни търговски практики, с които се заобикалят нормативните ограничения за реклама на алкохолни напитки преди 22.00 съгласно чл. 55, ал. 3 от ЗЗ, създават конкурентно предимство на дружеството пред останалите производители на спиртни напитки, които съблюдават законовите ограничения и рекламират своите напитки в определения съгласно закона времеви интервал. По този начин се нарушават основни принципи на конкуренцията и пазара.

Комисията, след анализ на всички елементи на процесните реклами приема, че цялостното впечатление, което създават рекламните послания на коктейлна напитка „Савой микс дринк”, насочва потребителите към алкохолната напитка „Водка Савой” в разрез с установените нормативни правила. В случая, се касае за една от хипотезите на заблуждаваща реклама, която се отнася до същността на дадената стока, по-конкретно до нейния състав. Тъй като това са основни характеристики на всяка стока/услуга, те играят и най-голяма роля при взимането на решение за покупка, поради което всяка заблуда по отношение на тях или потенциална опасност за възникване на заблуда следва да се приема за съществена. Така поднесена, реклама води до повишаване атрактивността на алкохолната напитка в съзнанието на потребителите, което неминуемо оказва негативно въздействие върху пазара.

На основание гореизложеното, Комисията приема, че “СИС Индустрийс” ООД като рекламодател и „СИА” ЕАД като рекламна агенция, изготвила процесните реклами, са осъществили състава на разпоредбата на чл. 32, ал. 2, във връзка с чл. 33, ал. 1 от ЗЗК.

Относно определяне размера на имуществената санкция

В съответствие с Методиката за определяне размера на имуществените санкции и глоби по ЗЗК, приета с решение 71/03.02.2009 г. на КЗК при определяне

на размера на санкцията се вземат предвид тежестта на нарушението, подбудите за неговото извършване, имотното състояние на нарушителя както и другите смекчаващи и отегчаващи вината обстоятелства.

В конкретното производство, Комисията следва да определи точния размер на имуществената санкция за всяко едно от предприятията поотделно, за установените нарушения по чл. 32, във връзка с чл. 33 от ЗЗК, като отчита на първо място обстоятелствата, свързани с характера на конкретните нарушения, степента на обществена опасност, продължителността на нарушението и др.

При определянето на общия размер на имуществената санкция, Комисията следва да се съобрази с установения в ЗЗК максимално допустим размер на санкцията до 10 % от общия оборот за предходната финансова година на предприятието нарушител.

По отношение на определяне на санкцията на “СИС Индустрийс” ООД

При определянето на конкретния размер на имуществената санкция Комисията на първо място следва да определи продължителността на извършване на нарушението. В тази връзка при тълкуване на текста на нормата на чл. 32, ал. 2 от ЗЗК и следвайки константната си практика по приложението на този текст от закона досега, Комисията приема, **че по отношение на рекламодателя изпълнителното деяние, ангажиращо неговата отговорност се свързва с действията по възлагане изработването на процесните реклами, последващо нейно одобрение и приемане, както и действия по нейното разпространение**²⁰. В този смисъл установеното нарушение по чл. 32, ал. 1, във връзка с чл. 33 от ЗЗК извършено от “СИС Индустрийс” ООД е започнало на 25.08.2009 г. с подписване на договора за възлагане на заснемането и изработката на рекламни клипове на водка „Савой” и коктейлна напитка „Савой микс дринк” и е продължило до 30.11.2009 г. (края на рекламната кампания). С това периода на извършеното нарушение следва да бъде определен на 3 (три) месеца.

Рекламните послания на процесните продукти са излъчвани по ефирните телевизии в период от 1 (един) месец, като рекламата е достигала с висока интензивност до неограничен кръг потребители за периода на провеждане на рекламна кампания. В конкретния случай рекламните послания са били излъчвани значителен брой пъти общо 154 (от които 98 пъти рекламния клип на коктейлна напитка „Савой микс дринк” и 56 пъти клипа на водка „Савой”) в най-гледаемото време.

Анализирайки всички факти и обстоятелства в тяхната съвкупност, Комисията счита, че към подобни нарушения не следва да се подхожда снизходително и наказанията следва да имат освен санкционен характер и подчертано превантивна функция. Извършените от рекламодателя нарушения, съгласно постоянната практика на КЗК по прилагането на този текст от ЗЗК, следва да бъдат определени като **тежки нарушения на правилата на добросъвестната конкуренция**, поради факта, че достигайки до неограничен кръг потребители, заблуждаващите реклами са в състояние да повлияят върху икономическото им поведение, а оттам – и върху съвкупните условия на конкуренция на този пазар.

²⁰ Виж Определение на КЗК № 622/02.07.2009г., потвърдено с Определение на ВАС № 11191/30.09.2009г. - тричленен състав и Определение на ВАС № 1017/26.01.2010г. – петчленен състав.

Като утежняващо вината обстоятелство следва да бъде отчетен факта, че рекламния клип на алкохолна напитка водка „Савой” е излъчвана по Нова телевизия 32 пъти в часовия пояс преди 22.00 ч. в периода от 18.09.2009 г. до 30.09.2009 г. и от 02.10.2009 г. до 30.10.2009 г. в нарушение на предвидената в ЗЗ забрана за пряка реклама на спиртни напитки в радио- и телевизионни предавания преди 22.00 ч. С оглед на всички изложени по-горе мотиви, рекламна стратегия на дружеството следва да бъде определена като такава с висока степен на обществена опасност.

Като допълнително утежняващо отговорността обстоятелство, следва да се отчете и фактът, че това поведение на рекламодателя не е изолирано. Рекламодателят е възприел и провежда рекламни стратегии чрез заблуждаващи реклами и за други произвеждани от него напитки²¹.

Комисията счита, че в конкретния случай не следва да подхожда снизходително при определянето на имуществената санкция, имайки предвид, че поведението на дружеството не се е променило и същото е продължило да използва в рекламните си стратегии недобросъвестни търговски практики. С оглед предотвратяване на последващо недобросъвестно поведение от страна на “СИС Индустрийс” ООД на рекламния пазар, Комисията следва да наложи максимална по размер санкция, като отчете необходимостта от съизмеримост с икономическото състояние на дружеството, което след заплащането и да е в състояние да оперира пълноценно на пазара в конкурентни условия.

Съгласно отчета за приходи и разходи за 2009 г., оборотът на “СИС Индустрийс” ООД е в размер на 25 829 000 лв. за предходната финансова година.

С оглед на така изложеното, отчитайки всички относими обстоятелства, Комисията счита, на основание чл. 100, ал. 1 т. 6 от ЗЗК, че размерът на имуществената санкция следва да възлиза на 0,5 % (нула цяло и пет процента) от общия оборот за 2009 г. в размер на 129 145 лв. (сто двадесет и девет хиляди сто четиридесет и пет лева) на “СИС Индустрийс” ООД.

По отношение на определяне на санкцията на „СИА” ЕАД

При определяне на продължителността на извършеното нарушение по чл. 32, ал. 1, във връзка с чл. 33 от ЗЗК от страна на „СИА” ЕАД се установи, че дружеството е заснело рекламните клипове на „*Savoy Mixed Drink*” и „*Vodka Savoy*” в периода от 25.08.2009 г. до 10.09.2009 г.

На следващо място следва да бъде отчетено, че дружеството е заснело процесните клипове в нарушение на добросъвестната търговска практика, недопускаща изготвянето и разпространението на заблуждаваща реклама, както и на принципите на Национални етични правила за реклама и търговска комуникация в Р.България (приет от ОС на Националния съвет за саморегулация през 2009 г.). Дружеството по занятие се занимава със заснемането на рекламни

²¹ Този факт е установен с Решение № 1217/24.11.2009 г. на КЗК, във връзка с разпространението на реклама на напитка „Узаки Зорбас”, за което на дружеството вече е наложена имуществена санкция за провеждането и разпространяването на заблуждаваща реклама. Решението на КЗК се обжалва от ответното дружество пред ВАС и към момента на постановяване на настоящото решение все още не е влязло в сила. Поради тази причина хипотезата за повторност, установена изрично като утежняващо обстоятелство в Методиката за санкциите на КЗК (приета с Решение на КЗК № 71/2009г.) не може да бъде формално приложена.

клипове и следва добре да познава нормативните изисквания и етичните правила в сферата на рекламата. В този смисъл Комисията приема, че „СИА” ЕАД следва да понесе самостоятелна отговорност за действията си, още повече, че действията му са в разрез и с поетото от дружеството задължение да изработи рекламните клипове, като се съобрази с всички законови изисквания в Република България (чл. 3, т. 9 от договора за изработка на *аудио-визуални клипове на продуктите „Savoy Mixed Drink” и „Vodka Savoy”*). С оглед на всички изложени по-горе мотиви поведението на дружеството, опериращо на пазара на изготвянето на рекламни послания, следва да бъде определено като такава с висока степен на обществена опасност.

Комисията счита, че от гледна точка на ЗЗК, „СИА” ЕАД е действало недобросъвестно, съгласявайки се да изработи и заснеме рекламните клипове, въвеждащи потребителите в заблуждение. В качеството си на рекламна агенция по смисъла на тълкуването на специалните разпоредби на ЗЗК, дружеството би следвало да възпре рекламодателя в желанието му да промотира напитките си по непозволен от закона начин, с презумпцията, че именно то познава закона в неговата цялост относно забраните, касаещи рекламите.

По отношение тежестта на извършеното нарушение следва да бъдат отчетени вече изложените от Комисията мотиви относно “СИС Индустрийс” ООД. Предвид спецификата на дейността на рекламната агенция, субект на нарушението по см. на чл. 32 от ЗЗК, на основание формулирането на изпълнителното деяние на съответното нарушение, „СИА” ЕАД следва да носи отговорност за изготвените от нея реклами.

Като смекчаващо вината обстоятелство следва да бъде отчетено, че дружеството съдейства на Комисията в хода на разследването, както и че действието по заснемането на рекламните клипове е било еднократно и същото е приключило на 10.09.2009 г.

Съгласно отчета за приходи и разходи за 2008 г., оборотът на “СИА” ЕАД е в размер на 7 139 000 лв.

С оглед на така изложеното, отчитайки всички относими обстоятелства, Комисията счита, че размерът на имуществената санкция следва да възлиза на 0,2 % (нула цяло и два процента) от общия оборот за 2008 г. в размер на 14 278 лв. (четиринадесет хиляди двеста седемдесет и осем лева) на „СИА” ЕАД.

По чл. 98, ал. 2 от ЗЗК

С цитираната разпоредба законът е предоставил правомощие на Комисията, по нейна преценка, независимо от наложената имуществена санкция за нарушение по чл. 32 да разпорежи на рекламодателя да огласи за своя сметка и по подходящ начин решението, с което е установено нарушението или част от него, както и съответната коригирана реклама.

В случая нарушението произтича както от рекламните клипове на процесните продукти, така и от външния вид, в който същите се предлагат на пазара. Тъй като към момента на постановяване на настоящото решение рекламната кампания по промотирането на двата продукта с марката „Савой” вече

е приключила, но процесните продукти се разпространяват на пазара, Комисията приема, че бъдещото рекламиране на коктейлна напитка „Савой микс дринк“ следва да бъде коригирана в съответствие с ЗЗК, като вниманието на потенциалните потребители бъде привлечено недвусмислено към факта, че същата е с ниско алкохолно съдържание и представлява коктейлна напитка.

Поради това, възползвайки се от правомощието, предоставено ѝ от чл. 98, ал. 2 от ЗЗК, Комисията следва да разпорежи на “СИС Индустрийс” ООД да **огласи за своя сметка** онази част от настоящото решение, която подробно отразява аргументите на Комисията относно това, защо процесните реклами се приемат за заблуждаващи и по-конкретно анализът и по чл. 32 от правните изводи на настоящото решение.

Комисията намира, че **подходящ начин** за огласяване на тази част от решението, е чрез публикуване на съответната извадка от настоящото решение в два национални печатни ежедневника.

С оглед на изложеното и на основание чл. 98, ал. 1, т. 1 от ЗЗК, във връзка с чл. 100, ал. 1, т. 6 от ЗЗК и чл. 98, ал. 2 Комисията за защита на конкуренцията

Р Е Ш И :

1. **УСТАНОВЯВА ИЗВЪРШЕНО НАРУШЕНИЕ** по чл. 32, ал. 2, във връзка с чл.33 ал.1 от ЗЗК от страна на “СИС Индустрийс” ООД, със седалище и адрес на управление: гр. София 1421, област София, община Столична, ул. “Джеймс Баучър” № 77, ет. 2 и **НАЛАГА ИМУЩЕСТВЕНА САНКЦИЯ** в размер на 129 145 лв. (сто двадесет и девет хиляди сто четиридесет и пет лева).

2. **УСТАНОВЯВА ИЗВЪРШЕНО НАРУШЕНИЕ** по чл. 32, ал. 2, във връзка с чл.33 ал.1 от ЗЗК от страна на „СИА” ЕАД, със седалище и адрес на управление: гр. Ловеч, област Ловеч , община Ловеч, ул. “Търговска”, № 4 и адрес за кореспонденция гр. София, ул. „Шипка”, № 48 и **НАЛАГА ИМУЩЕСТВЕНА САНКЦИЯ** в размер на 14 278 лв. (четиринадесет хиляди двеста седемдесет и осем лева).

3. **РАЗПОРЕЖДА НА “СИС ИНДУСТРИЙС” ООД В ЕДНОСЕДМИЧЕН СРОК ОТ ВЛИЗАНЕ В СИЛА НА НАСТОЯЩОТО РЕШЕНИЕ ДА ГО ОГЛАСИ** за своя сметка в два национални ежедневника.

Глобите и имуществените санкции се внасят на името и по сметка на КЗК - БНБ – Централно управление, пл. “Ал. Батенберг” № 1, IBAN: BG32 BNBG 9661 30 00101701; BIC код на БНБ: BNBG BGSD или в брой в касата на Комисията.

Решението подлежи на обжалване пред Върховния административен съд в 14-дневен срок от съобщаването му на страните.

ПРЕДСЕДАТЕЛ:

.....

Петко Николов

ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

.....

Александър Александров

ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

.....

Реджеб Мустафа

ЧЛЕНОВЕ:

.....

Весела Антонова

.....

Евгений Иванов

.....

Ненко Темелков