

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПИСЬМО

от 11 августа 2014 г. N АК/32197/14

О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В СТАТЬЮ 21 ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА "О РЕКЛАМЕ"

Информируем, что с 22 июля 2014 года вступили в силу изменения в статью 21 Федерального закона "О рекламе", внесенные Федеральным законом от 21.07.2014 N 235-ФЗ "О внесении изменений в статью 21 Федерального закона "О рекламе" (опубликован на официальном интернет-портале правовой информации www.pravo.gov.ru 22.07.2014).

Данные изменения устанавливают возможность размещения рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, отдельными способами в период с 22 июля 2014 года до 1 января 2019 года.

Так, в соответствии с новой редакцией пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона "О рекламе" допускается размещение рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, в периодических печатных изданиях, за исключением первой и последней полос газет, а также первой и последней страниц и обложек журналов.

Кроме того, статья 21 Федерального закона "О рекламе" дополнена частью 6, согласно которой в период проведения официальных спортивных мероприятий допускается размещение, распространение рекламы средств индивидуализации юридического лица, являющегося производителем пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, средств индивидуализации производимых им товаров в виде словесных обозначений, содержащих исключительно наименование производимой им продукции или наименование производителя - юридического лица, если размещение, распространение данной рекламы осуществляется в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений.

При этом в соответствии с пунктом 9 статьи 2 Федерального закона "О физической культуре и спорте в Российской Федерации" под официальными физкультурными мероприятиями и спортивными мероприятиями понимаются физкультурные мероприятия и спортивные мероприятия, включенные в Единый календарный план межрегиональных, всероссийских и международных физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий, календарные планы физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий субъектов Российской Федерации, муниципальных образований.

Обращаем внимание территориальных органов, что указанная норма части 6 статьи 21 Федерального закона "О рекламе" допускает размещение рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, не в любом виде, а только в том виде, который прямо указан в данной части, то есть только в виде рекламы средств индивидуализации производителей пива и напитков, изготавливаемых на его основе, а также средств индивидуализации товара в виде словесных обозначений, содержащих наименование продукции или производителя данной продукции.

Таким образом, не допускается использование в рекламе пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, изображений рекламируемого товара (пива), рекламных слоганов, комбинированных средств индивидуализации рекламируемого товара, а также иной информации об указанном товаре или его производителе при распространении такой рекламы в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений в период проведения официальных спортивных мероприятий.

Также статья 21 Федерального закона "О рекламе" дополнена частью 7, в соответствии с которой допускается размещение, распространение рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, во время трансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований (в том числе спортивных матчей, игр, боев, гонок), а также на телеканалах, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера.

При этом реклама пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, должна соответствовать иным нормам Федерального закона "О рекламе", в том числе положениям части 1 статьи 21 Федерального закона "О рекламе", устанавливающей требования к содержанию рекламы алкогольной продукции, а также части 3 указанной статьи, содержащей требование о размещении в рекламе алкогольной продукции предупреждения о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Таким образом, при трансляции рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, на телевидении в форме видеороликов предупреждению о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства). В Федеральном законе "О рекламе" не установлена продолжительность размещения такого предупреждения, соответственно, данное предупреждение должно размещаться на протяжении всей трансляции рекламы.

Дополнительно обращаем внимание территориальных органов, что согласно части 2 статьи 1.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях закон, смягчающий или отменяющий административную ответственность за административное правонарушение либо иным образом улучшающий положение лица, совершившего административное правонарушение, имеет обратную силу, то есть распространяется и на лицо, которое совершило административное правонарушение до вступления такого закона в силу и в отношении которого постановление о назначении административного наказания не исполнено.

Кроме того, в силу указанной части 2 статьи 1.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в случае если дело об административном правонарушении по факту распространения рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, способами, запрещенными в соответствии с редакцией статьи 21 Федерального закона "О рекламе" до 22.07.2014, однако допускаемыми согласно редакции данной статьи после 22.07.2014, возбуждено, решение по нему не принято и дело находится в процессе рассмотрения, такое дело об административном правонарушении подлежит прекращению.

А.Б.КАШЕВАРОВ