



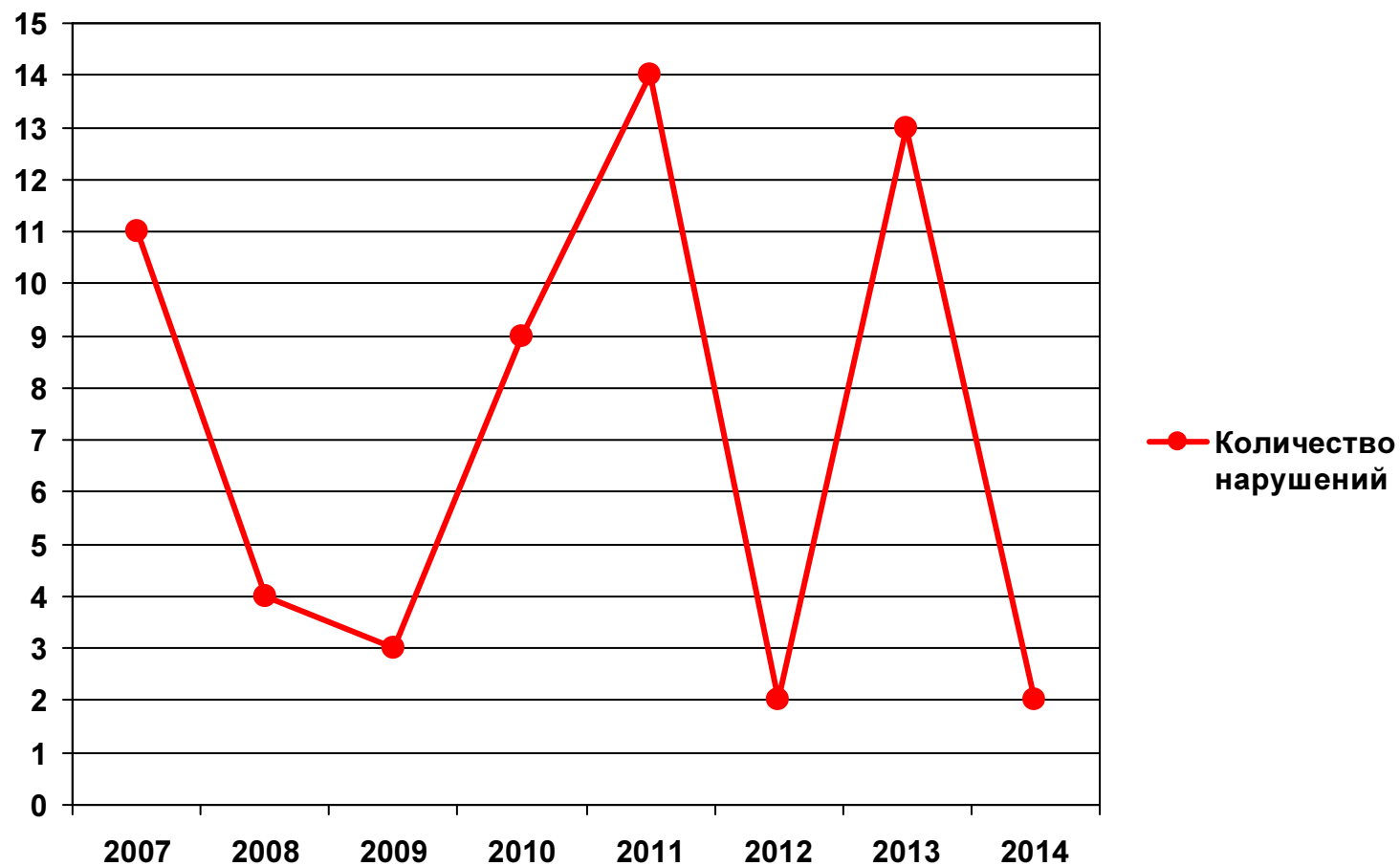
*«Свобода конкуренции и эффективная  
защита предпринимательства ради  
будущего России»*

**Управление Федеральной антимонопольной службы  
по Республике Мордовия**

**Правоприменительная практика в сфере  
рекламы алкогольной продукции.  
Критерии допустимости и особенности  
ограничений.**

Саранск, 16 июля 2015 г.

**Динамика выявленных Мордовским УФАС России нарушений статьи 21 и 22  
Федерального закона «О рекламе»  
(2007 – 2014 годы)**



**Основные периоды, касающиеся изменений в порядке распространения рекламы алкогольной продукции, в том числе пива и напитков, изготавливаемых на его основе**



**2012 год – существенное ограничение рекламы пива, направленное на снижение потребления алкоголя населением:**

- пиво приравнено к алкогольной продукции с 1 июля 2012 года;
- с 23 июля 2012 года утратила силу статья 22 ФЗ «О рекламе», в связи с чем реклама пива, включенного в перечень алкогольной продукции, регулируется статьей 21 ФЗ «О рекламе»

**2014 год – смягчение запретов при распространении рекламы пива, связанное с проведением предстоящих спортивных соревнований Кубка конфедераций FIFA (в 2017 г.) и чемпионата мира по футболу (в 2018 г.):**

- возможность размещения рекламы пива отдельными способами в период с 22 июля 2014 года до 1 января 2019 года

**2015 год - смягчение запретов при распространении рекламы вина, связанное с поддержкой российских производителей вин:**

- с 1 января 2015 года введена возможность отдельных способов размещения рекламы вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда



Общие требования к рекламе  
(п.3 ч.5 ст.5 ФЗ «О рекламе»)

**НЕ ДОПУСКАЕТСЯ** демонстрация потребления алкогольной продукции



В рекламе демонстрировалось изображение кисти руки, держащей бокал (предмет, имеющий непосредственное отношение к потреблению алкоголя), сопровождаемое тематической надписью «Пей...», что явно ассоциируется с потреблением алкогольного напитка.



## ЗАПРЕТ «зонтичной» рекламы (ч.4 ст.2 ФЗ «О рекламе»)

- специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения

Пример:

*МордовСпирт*  
ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО



Демонстрация на телевидении поздравления с 23 февраля с использованием товарных знаков в виде словесного изображения «МордовСпирт» и стилизованного графического изображения лисы, индивидуализирующих широко представленную в продаже алкогольную продукцию известного товаропроизводителя, признано нарушением требований п.3 ч.2 ст.21 ФЗ «О рекламе».



**Запреты и ограничения, связанные с рекламой алкогольной продукции, не распространяются на «безалкогольное пиво» и «безалкогольное вино»**



Не подпадает под понятие алкогольной продукции  
**ПИВО И ВИНО** с содержанием этилового спирта  
**не более 0,5 процента** объема готовой продукции



Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Мордовия  
**Общие запреты к содержанию рекламы любой алкогольной продукции**

(ч. 1 ст. 21 ФЗ «О рекламе»)

Реклама алкогольной продукции **НЕ ДОЛЖНА:**

- содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния

**Пример:**



*«Подарок на Николу зимнего  
от ОАО «Вятич»  
- пиво «Никольское».  
Оно будет согревать вас  
в зимние холода,  
а янтарный солнечный цвет  
поднимет настроение  
посреди нашей  
суровой хмурой зимы»*

Такая реклама несет в себе представление об определенном образе жизни, включающем обязательное присутствие пива.



Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Мордовия  
Общие запреты к содержанию рекламы любой алкогольной продукции

(ч. 1 ст. 21 ФЗ «О рекламе»)

Реклама алкогольной продукции **НЕ ДОЛЖНА:**

- осуждать воздержание от употребления алкогольной продукции;

Пример:



«Как?! Ты еще не знаешь, что такое пиво?!»

- содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в алкогольной продукции биологически активных добавок, витаминов

Пример:



Только чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»

Такое предупреждение воспринимается как утверждение о том, что любой другой в количественном отношении способ употребления алкоголя (умеренное, значительное, регулярное, постоянное и тому подобное) безвреден для здоровья человека.





Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Мордовия  
**Общие запреты к содержанию рекламы любой алкогольной продукции**  
(ч. 1 ст. 21 ФЗ «О рекламе»)

Реклама алкогольной продукции **НЕ ДОЛЖНА:**

- содержать упоминание о том, что употребление алкогольной продукции является одним из способов утоления жажды

Пример:



«Имидж - ничто! Жажда - всё!»

- обращаться к несовершеннолетним

Пример:



«Пенные напитки для взрослых и детей»



Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Мордовия  
**Общие запреты к содержанию рекламы любой алкогольной продукции**  
(ч. 1 ст. 21 ФЗ «О рекламе»)

Реклама алкогольной продукции **НЕ ДОЛЖНА:**

- использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации)



## НЕ ДОПУСКАЕТСЯ

(ч. 5 ст. 21 ФЗ «О рекламе»)

реклама о проведении стимулирующего мероприятия, условием участия в котором является приобретение алкогольной продукции, за исключением специализированных стимулирующих мероприятий, проводимых в целях реализации алкогольной продукции

Примеры:

### ЗАПРЕТ

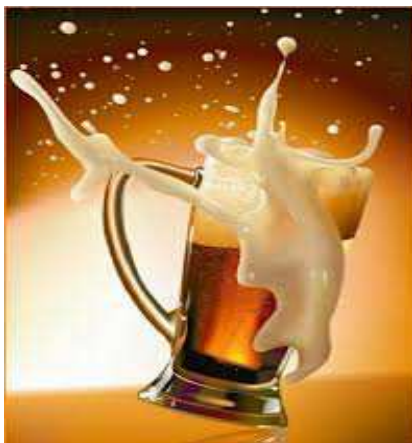


### ИСКЛЮЧЕНИЕ

В кафе Виктория  
«С понедельника по четверг  
с 02:00 ночи до 07:00 утра  
при заказе вина, коктейлей  
и крепкого алкоголя вы  
получаете вторую порцию  
в подарок»



**Отдельные категории алкогольной продукции, к рекламе которой предъявляются специальные требования**



- пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива;

- вино и игристое вино (шампанское), произведенные в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда;



- алкогольная продукция с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции



## Размещение рекламы пива ДОПУСКАЕТСЯ:



- в печатных СМИ, за исключением первой и последней полос газет, первой и последней страниц и обложек журналов, а также в детских печатных изданиях (п. 1 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе»);

- в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем 100 метров от таких сооружений в период проведения официальных спортивных мероприятий в виде словесных обозначений, содержащих исключительно наименование производимой продукции или наименование производителя - юридического лица (ч. 6 ст. 21 ФЗ «О рекламе»);



- во время трансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований (в том числе спортивных матчей, игр, боев, гонок), за исключением детско-юношеских спортивных соревнований (ч. 7 ст. 21 ФЗ «О рекламе»).

Так можно рекламировать пиво

БАЛТИКА  
**КУЛЕР**  
ЛАЙМ

Так нельзя рекламировать пиво



**Размещение рекламы отечественного вина ДОПУСКАЕТСЯ:**



-в печатных СМИ (за исключением первой и последней полос газет, первой и последней страниц и обложек журналов, а также в детских печатных изданиях)

(п. 1 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе»);

-на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания (ч. 2.1 ст. 21 ФЗ «О рекламе»);

- в телепрограммах и в радиопрограммах с 23 до 7 часов местного времени (за исключением трансляции в прямом эфире или в записи детско-юношеских спортивных соревнований)

(ч. 8 ст. 21 ФЗ «О рекламе»).



**Размещение рекламы крепкого алкоголя ДОПУСКАЕТСЯ:**

- **ТОЛЬКО** в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов (ч. 2.1 ст. 21 ФЗ «О рекламе»)



## Реклама алкогольной продукции ДОЛЖНА:



- сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено **не менее чем десять процентов** рекламной площади (пространства) (ч. 3 ст. 21 ФЗ «О рекламе»)

Указанное предупреждение должно быть выполнено таким образом и длиться такое время, чтобы потребители могли воспринять данное предупреждение (в противном случае реклама признается распространённой без соответствующего предупреждения)





**Реклама алкогольной продукции, не входящей в отдельные категории  
алкогольной продукции, НЕ ДОЛЖНА размещаться:**

**(ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе»)**



- в периодических печатных изданиях;
- в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопроодукции;
- в телепрограммах и радиопрограммах, при кино- и видеообслуживании;

- на всех видах транспортных средств общего пользования и с их использованием, а также снаружи и внутри зданий, сооружений, обеспечивающих функционирование транспортных средств общего пользования, за исключением мест, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции;
- с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их;



**Реклама алкогольной продукции, не входящей в отдельные категории  
алкогольной продукции, НЕ ДОЛЖНА размещаться:**

**(ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе»)**



- в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений;
- в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений;
- в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»



**СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ !**



**[www.mordovia.fas.gov.ru](http://www.mordovia.fas.gov.ru)**



**mordovia\_fas**

