

ФАС: Реклама алкогольной продукции в Интернете недопустима

26 февраля 2020, 10:05

Владельцы популярного YouTube-канала не учли этого при подготовке очередного выпуска

В ФАС России обратился гражданин с жалобой на рекламу алкоголя в Интернете. Выяснилось, что индивидуальный предприниматель и АО «Денвью Лимитэд» заключили договор о рекламе, в соответствии с которым разместили на сайте youtube.com рекламу бурбона под торговой маркой «Jim Beam». Видео опубликовано на канале «Бар в большом городе» 24 октября 2019 года.

В ролике демонстрируется в том числе стеллаж с алкогольной продукцией под торговой маркой «Jim Beam» и ведется диалог о «вечеринках для каждого» в честь 225-летия компании.

Информация о напитке, сообщаемая в ролике, отвечает определению рекламы и распространяется на видео-сервисе Youtube.

На основании чего Комиссия ФАС России признала рассматриваемое видео нарушающим запрет на рекламирование алкоголя в сети Интернет, установленный Законом о рекламе[1], и выдала предписания о прекращении нарушений. Материалы разбирательства переданы для возбуждения дела об административном нарушении для назначения штрафа.

«Договоры на рекламную интеграцию между компаниями и популярными YouTube-каналами становятся все более популярными. Однако, вне зависимости от способа и канала распространения, стороны должны учитывать положения действующего законодательства», – отметила начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяна Никитина.

Справка:

Согласно статье 3 Закона «О рекламе», под рекламой понимается информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

[1] пунктом 8 части 2 статьи 21