

Предупреждение о вреде алкоголя формальное, штраф реальный

25 июня 2013, 10:41

100 тысяч рублей штрафа придется заплатить ООО «Газета «Авторевю», согласно постановлению Федеральной антимонопольной службы (ФАС России), за ненадлежащую рекламу водки «Бульбашь» в журнале «Авторевю». В рекламе нарушено требование к площади предупреждения о вреде такого рода продукции в печатных СМИ (10%). Результаты проверки, проведенной по заявлению гражданина с претензией к этой рекламе, показали, что площадь предусмотренного законом предупреждения составляет 3.6% (площадь рекламы: $280 \times 83 = 23240 \text{ мм}^2$, площадь предупреждения $280 \times 3 = 840 \text{ мм}^2$), то есть менее 10% площади всей рекламы.

Справка

1. В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
2. В соответствии с частью 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).
3. В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.
4. В прошлом году ФАС России за различные нарушения закона о рекламе оштрафовала нарушителей на общую сумму в более чем 167 млн рублей.