

Площадь предупреждения о вреде употребления алкоголя в рекламе водки Бульбашь не соответствует требованиям закона

10 июня 2013, 17:10

Федеральным законом « О рекламе» установлено требование к площади предупреждения о вреде алкоголя (10%) в рекламе такого рода продукции в печатных СМИ. Согласно этому требованию Комиссия Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) признала ненадлежащей рекламу водки «Бульбашь» в журнале «Авторевю» в сентябре 2012 года. 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. В соответствии с частями 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель и рекламодатель несут ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Из объяснений и доказательств, представленных представителем ООО «ДВШ», следует, что рекламодателем водки «Бульбашь» в журнале «Авторевю» является ООО «НМТ», рекламодателем - ООО «Газета «Авторевю».

По факту нарушения ООО «Газета «Авторевю», ООО «ДВШ», ООО «Медиа Фёрст Интернешнл» и ООО «НМТ» выданы предписания о прекращении нарушения ФЗ «О рекламе». В отношении ООО «Газета «Авторевю» и ООО «НМТ» возбуждены дела об административном правонарушении предусмотренного статьей 14.3 КоАП РФ для определения размера штрафа.

Справка

1. В соответствии с частью 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.03.2006 № 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).
2. В прошлом году антимонопольные органы пресекли более 11 тысяч различных нарушений законодательства о рекламе.