

Телекомпания «СТРИМ» нарушила запрет на размещение рекламы алкогольной продукции в телепрограммах

05 сентября 2012, 12:42

Комиссия Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) 3 сентября 2012 года по итогам рассмотрения двух дел, возбужденных по признакам нарушения закона о рекламе «Телекомпанией "СТРИМ"» (ЗАО), признала ее нарушившей законодательство о рекламе по факту размещения рекламы алкогольной продукции в телепрограммах. Комиссия ФАС России вынесла такие решения по двум делам, поскольку пунктом 3 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» установлен запрет на размещение рекламы алкогольной продукции в телепрограммах.

Так, по итогам рассмотрения первого дела Комиссия ФАС России признала телекомпанию «СТРИМ» нарушившей требования пункта 3 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» при размещении рекламы водки «Зимняя дорога». Реклама водки размещалась на телеканале «Охота и рыбалка» в Новосибирской области 23 июля 2012 года в 00:30 мин. и 02:20 мин. по Новосибирскому времени.

В рамках рассмотрения второго дела о распространении ненадлежащей рекламы «Телекомпанией "СТРИМ"» (ЗАО) Комиссия ФАС России, изучив рекламу вермута «Martini», водки «Зимняя дорога», виски «The Samous Grouse», рома «Captain Morgan Rus», размещенную 23 июля 2012 года в Новосибирской области на телеканале «Драйв» (Drive), признала ее ненадлежащей. Телереклама распространялась в рекламных блоках в период 00:20 - 02:31 час. по Новосибирскому времени. Такая реклама также нарушает требования пункта 3 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 закона о рекламе рекламодатель – в обоих случаях ЗАО «Телекомпания "СТРИМ"» - несёт ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 21 закона. По факту нарушений телекомпания «СТРИМ» выдано предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы. Материалы дел о нарушении телекомпанией «СТРИМ» закона о рекламе переданы для возбуждения дел об административных правонарушениях для определения меры ответственности – размеров штрафов по каждому из нарушений. Оба дела ФАС России возбудила на основании обращения Роскомнадзора о выявленных им в ходе осуществления государственного контроля и надзора в сфере массовых коммуникаций и телевизионного вещания фактах распространения рекламы алкогольной продукции на телевидении.

Справочно

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама алкогольной продукции не должна размещаться в телепрограммах.

В соответствии с пунктом 2 части 15 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров в телепрограммах, не распространяются на рекламу, распространяемую в телепрограммах, телепередачах по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе с применением декодирующих

технических устройств, за исключением рекламы алкогольной продукции (в ред. Федерального закона от 18.07.2011 N 218-ФЗ).

Согласно статьям 3 и 6 Федерального закона от 18.07.2011 № 218-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона "Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе» требования пункта 2 части 15 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» вступают в силу по истечении одного года после дня официального опубликования настоящего Федерального закона.

Федеральный закон от 18.07.2011 № 218-ФЗ опубликован в газете «Российская газета» № 159 от 22.07.2011, и соответственно, 23.07.2012 вступил в силу. Следовательно, законодательством Российской Федерации с 23 июля 2012 года установлен запрет на размещение рекламы алкогольной продукции в телепрограммах независимо от платности доступа к телепрограмме и способа ее трансляции на территории Российской Федерации.