***Специфике рекламы алкогольной и табачной продукции***

**Антимонопольный орган осуществляется контроль и надзор в том числе в отношении рекламы алкогольной продукции.**

Статья 21 ФЗ «О рекламе» устанавливает специальные требования и ограничения к рекламе алк/продукции. И для того чтобы эти требования Закона распространяли свое действие на ту или иную информацию - *она должна быть признана рекламой*, отвечать всем признакам рекламы, быть информацией, распространяемой *любым способом, в любой форме и с использованием* [*любых*](consultantplus://offline/ref=9B61A216D817EC9FDB9C337FBED042F6DEC0D706955277B89D77C991615906A837C16E295BED8134E4EF5FC83BC5089AF7A63D01357F91CEQBcBL) *средств, адресованная неопр. кругу* [*лиц*](consultantplus://offline/ref=9B61A216D817EC9FDB9C337FBED042F6DCC3D003935B77B89D77C991615906A837C16E295BED8134E4EF5FC83BC5089AF7A63D01357F91CEQBcBL) *и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование/поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке*. То есть, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Сами по себе слова и выражения: пиво, живое пиво, вина, вина Кубани, алкоголь, и т.д., не могут быть признаны рекламой, поскольку представляют собой обобщенное наименование группы товаров и не позволяют выделить конкретный товар среди ряда однородных товаров и сформировать к нему интерес.

Однако указание сведений, формирующих интерес, например, к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и/или спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 % объема готовой продукции.

Так называемые "безалкогольное пиво", "безалкогольное вино" с содержанием этилового спирта не более 0,5 % объема готовой продукции, не подпадают под понятие алк. продукции.

Стоит отметить, что требования, установленные в отношении рекламы отдельных видов товаров *распространяются также на рекламу средств* индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов.

РЕКЛАМА АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ приравнивается к РЕКЛАМЕ ПРОДАВЦА/ИЗГОТОВИТЕЛЯ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

**ФЗ "О рекламе" устанавливает спец.требования и ограничения к отношениям в сфере рекламы, а именно реклама алк/продукции не должна:**

- содержать утверждение о том, что употребление алкоголя имеет важное значение для достижения общественного признания, профес-го, спортивного или личного успеха

- способствует улучшению физического или эмоциональногого состояния;

- содержать утверждение о том, что алк/продукция безвредна или полезна для здоровья человека, что употребление алкоголя является одним из способов утоления жажды;

- осуждать воздержание от употребления алкогольной продукции;

- конечно же обращаться к несовершеннолетним;

- использовать образы людей и животных, в т.ч выполненные с помощью мультипликаци

- реклама алк/продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем 10 % рекламной площади – с использованием шрифта достаточного размера и контрастности.

**Где разрешается реклама алкоголя:**

Реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта 5 и более % объема готовой продукции разрешается *только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алк/продукции*, т.е. в магазине, реализующем алкоголь, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Проведение рекламных акций, сопровождающихся раздачей образцов алк/продукции, допускается только в стац. торг/объектах, при этом запрещается привлекать к участию в раздаче образцов алк/продукции несовершеннолетних и тем более предлагать им данные образцы

Разрешается реклама вина и игристого вина, произведенных и выращенного на территории РФ винограда, но только на выставках пищевой продукции (за искл. продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

Допускаются размещение, распространение рекламы вина и игристого вина, произведенного и выращенного на территории РФ винограда, в теле и радиопрограммах (за исключением трансляции в прямом эфире или в записи детско-юношеских спортивных соревнований) с 23 до 7 часов местного времени.

- **Начиная с 1 янв. 2019 г.**

**в период проведения офиц.спорт.мероприятий** в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем 100м от таких сооружений **НЕ допускается: - реклама пива и напитков на основе пива, а именно**

- реклама средств индивидуализации юр/лица, кот.явл. производителем пива и напитков на основе пива, средств индивидуализации производимых им товаров.

Если ранее допускалось распространение рекламы пива и напитков на основе пива в виде словесных обозначений, то с 1 янв 2019г. – запрещается.

Также с 1 января 2019г. не допускается реклама пива и напитков на основе пива, во время трансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований (в т.ч. спорт/матчей, игр, боев, гонок), за искл. детско-юношеских спортивных соревнований, а т.ж. на телеканалах и радиоканалах, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера.

**Реклама алк/продукции не должна размещаться:**

1) в периодических печатных изданиях,за искл. рекламы пива и напитков на основе пива, а также вина и игристого вина, произведенных в РФ из выращенного на территории РФ винограда, но такая реклама не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов;

2) в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции;

3) в телепрограммах и радиопрограммах (за исключением случаев, предусмотренных [частями 7](consultantplus://offline/ref=0DDCF75BFA3907809801B80668827B346760FDC17AC1596E516B497A63E24CCAB06308CB5DV1WFK) и [8](consultantplus://offline/ref=0DDCF75BFA3907809801B80668827B346760FDC17AC1596E516B497A63E24CCAB06308CB5DV1WEK) настоящей статьи), при кино- и видеообслуживании;

4) на всех видах транспортных средств общего пользования и с их использованием, а также снаружи и внутри зданий, сооружений, обеспечивающих функционирование транспортных средств общего пользования.

5) с использованием наружной рекл/конструкции,

6) в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, цирках, музеях, библиотеках, планетариях и на расстоянии ближе чем 100 метров от занимаемых ими зданий;

7) в физкультурно-оздоровительных, спорт. сооружениях и на расстоянии ближе чем 100 метров от таких сооружений.

8) в сети "Интернет",искл. – офиц.сайты производителя или продавца алк.продукции, а также страницы в социальной сети компании, реализкемых ею товарах.

В Оренбургское УФАС России продолжают поступать обращения граждан о фактах распространения рекламы алкогольной продукции вне месте ее продажи. Наиболее частые, это распространение рекламы алкоголя в почтовых ящиках жилых домов, а также в зоне, выходящей за пределы магазина, осуществляющего продажу алкогольной продукции.

Нарушение перечисленных требований к рекламе алкогольной продукции влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от 2х тысяч - 2,500 рублей; на должн/лиц и индивидуальных предпринимателей - от 4х тыс - 20 тыс рублей; на юрид/ лиц - от 100 до 500 тысяч рублей.

Также следует сказать о рекламе табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок, которая в силу статьи 7 Закона о рекламе – не допускается с 15 ноября 2013 года.

В [письме](consultantplus://offline/ref=C5E8E2D65F57D19ED97F60BF26A02E1A9D77EDF472BD8EDE54F4BB4BE25F1C7D31E0A3495C7866B59DDFCD80D4X7bDM) ФАС России от 14.05.2014 N АК/19317/14 "О социальной рекламе о вреде потребления табака" были даны рекомендации по размещению с июня 2014 г. социальной рекламы о вреде табака при показе аудиовизуальных произведений и программ, в которых демонстрируются табачные изделия и процесс их потребления. Транслировать ее должны вещатели или организаторы демонстрации (например, телеканалы, кинотеатры).

Реклама может размещаться перед началом или во время демонстрации. При этом ее продолжительность не учитывается в общем объеме рекламы, распространяемой в программе. Реклама о вреде табака может быть оформлена в виде "бегущей строки" или иным способом. Однако она в любом случае должна быть удобна для восприятия. Информацию, которая в ней содержится, необходимо излагать шрифтом достаточного размера и контрастности.

В случае неисполнения [обязанности](consultantplus://offline/ref=1E50756C01E1698C81E0DD52245C742E8388501E664E5A615E381C9145FFC263266890DF8023D7A074590B3F1AC4C65B04C682093FC4AA1AvCA3F) по трансляции социальной рекламы о вреде потребления табака при демонстрации аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеофильмы, теле-, видео- и кинохроникальных программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий или процесса потребления табака, -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 10 до 20 рублей; на юридических лиц - от 100 до 200 тысяч рублей.

В связи с принятием ФЗ "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака" были внесены изменения в КоАП РФ, согласно которым предусматривается ответственность не только за рекламу табака, но и за **демонстрацию табачных изделий или процесса курения** в теле- и видеофильмах, в театральных представлениях [(ст. 14.3.1)](consultantplus://offline/ref=C5D91573A31DD38B79AC8B1361F512D4DFFBE5E8A5BAEE989BA76F3ABD90E308476ADDE0FBB4A307E0F5C33CA540A654481A3F1D350336RCF).

[Демонстрация](consultantplus://offline/ref=1E50756C01E1698C81E0DD52245C742E8388501E664E5A615E381C9145FFC263266890DF8023D7A075590B3F1AC4C65B04C682093FC4AA1AvCA3F) табачных изделий или процесса потребления табака во вновь созданных и предназначенных для взрослых аудиовизуальных произведениях, в театрально-зрелищных представлениях, в радио-, теле-, видео- и программах либо публичное исполнение, сообщение в эфир, в котором осуществляется демонстрация табачных изделий и процесса потребления табака, за искл. случаев, если такое действие является неотъемлемой частью художественного замысла, -

влечет наложение административного штрафа на д/л в размере от 20 тысяч до 40 тысяч рублей; на юридических лиц - от 100 тысяч до 170 тысяч рублей.

[Демонстрация](consultantplus://offline/ref=1E50756C01E1698C81E0DD52245C742E8388501E664E5A615E381C9145FFC263266890DF8023D7A072590B3F1AC4C65B04C682093FC4AA1AvCA3F) табачных изделий или процесса потребления табака во вновь созданных и предназначенных для детей аудиовизуальных произведениях, в театрально-зрелищных представлениях, в радио-, теле-, видео- и программах либо публичное исполнение, сообщение в эфир, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий и процесса потребления табака, -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 20 до 50 тысяч рублей; на юридических лиц - от 100 до 200 тысяч рублей.

Стоит отметить, что в текущем году нарушений по факту распространения рекламы табака на сегодняшний день - Оренбургским УФАС России не установлено.