

**ПОВЕСТКА**  
**Заседания Экспертного совета по применению**  
**Законодательства о рекламе при Кировском УФАС России**  
**на 09.04.2015 года в 15 часов 00 минут.**

1. Вступительное слово Председателя Экспертного совета.

2. В Кировское УФАС поступило заявление с просьбой рассмотреть информацию: «Стоматология т. 12-34-56», размещенную в виде прямоугольного баннера, по адресу: г. Киров, ул. Горбачева, д. 62 и дать письменное мнение носит ли данная вывеска рекламный характер.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующий вопрос:  
- является ли вышеуказанная информация рекламной?

3. В Кировское УФАС поступило заявление с просьбой рассмотреть информацию: «Отель КЛАССИК 100 м с указанием стрелки», размещенную в виде прямоугольного баннера, по адресу: г. Киров, ул. Карла Маркса, д. 34 и дать письменное мнение носит ли данная вывеска рекламный характер.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующий вопрос:  
- является ли вышеуказанная информация рекламной?

4. В Кировское УФАС поступило заявление с просьбой дать правовую оценку рекламному макету и способу его размещения, указанным ниже способом, а также сообщить, как правильно размещать рекламу такого вида товаров в местах продаж, чтобы избежать ответственности за нарушение рекламного законодательства.

Заявитель указывает, что согласно ст. 21 п. 2.1. ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции допускается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной ПРОДУКЦИИ, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Согласно ПУНКТУ 8 части 2 статьи 2 Федерального закона "О рекламе" данный Закон не распространяется на любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к ДРУГОМУ товару.

По мнению специалистов ФАС России, из положений указанных норм в их системной связи следует, что запрет на использование образов людей и животных в рекламе алкогольной продукции не распространяется на демонстрацию в рекламе самого товара (банки, бутылки и пр.) в том виде, в котором он представлен на рынке, в том числе с использованием на этикетке данного товара изображений людей или животных, товарных знаков, содержащих такие изображения (<Письмо> ФАС России от 13.09.2012 N АК/29977).

Сообщаем Вам, что Вятч хочет разместить плакаты с изображением «Баварского» пива с содержанием алкоголя 4.7% в местах продаж пива и безалкогольной продукции (внутри помещений магазинов, где продается пиво Вятч на торговых объектах (холодильниках) продаж и на специальных стендах, роликах).

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующий вопрос:

- Является ли объектом рекламирования - алкогольная продукция, а именно пиво «Баварское», выполненное с использованием образов людей, запрет на использование которых установлен п. 6 ч. 1 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации)?

5. В Кировское УФАС России регулярно поступают устные и письменные обращения юридических лиц, желающих разместить рекламную информацию алкогольной продукции, а также обращения физических лиц, являющихся потребителями указанной рекламной информации, с просьбой дать разъяснения ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в связи вступлением в силу Федерального закона от 21.07.2014 № 235-ФЗ «О внесении изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с действующим законодательством, государственный контроль за соблюдением Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 года «О рекламе» возложен на Федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы. При этом территориальным органам не предоставлено право давать разъяснения по вопросам применения рекламного законодательства.

В рамках Экспертного Совета по применению рекламного законодательства Кировское УФАС России выносит на рассмотрение вопрос применения ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» с учетом последних изменений.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- допустимо ли размещение рекламы алкогольной продукции, пива с содержанием этилового спирта менее пяти процентов объема готовой продукции в бесплатных периодических печатных изданиях (газетах, каталогах), маркируемых пометкой 16+.

**Председатель Экспертного Совета**

**А.В.Молчанов**

**Секретарь**

**М.А. Коробейникова**