



ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Руководителям СМИ  
(по списку)

УПРАВЛЕНИЕ  
Федеральной антимонопольной службы  
по Орловской области

ул. Салтыкова-Щедрина, 21, г. Орёл, ГСП, 302000  
тел. (4862) 47-53-57, факс (4862) 76-44-60  
e-mail: to57@fas.gov.ru

18.08.14 № 3593/04

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

**О внесении изменений в статью 21  
Федерального Закона «О рекламе»**

Управление Федеральной антимонопольной службы по Орловской области информирует, что с 22 июля 2014 года вступил в силу Федеральный закон от 21.07.2014 № 235-ФЗ «О внесении изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе» (опубликовано на официальном интернет-портале правовой информации [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru) 22.07.2014).

Согласно вышеуказанному Федеральному закону, в статью 21 Федерального закона «О рекламе» были внесены изменения, устанавливающие возможность размещения рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, отдельными способами в период с 22 июля 2014 года до 1 января 2019 года.

Так, в соответствии с новой редакцией пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» допускается размещение рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, в периодических печатных изданиях за исключением первой и последней полос газет, а также первой и последней страниц и обложек журналов.

Кроме того, статья 21 Федерального закона «О рекламе» дополнена частью 6, согласно которой в период проведения официальных спортивных мероприятий допускается размещение, распространение рекламы средств индивидуализации юридического лица, являющегося производителем пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, средств индивидуализации производимых им товаров в виде словесных обозначений, содержащих исключительно наименование производимой им продукции или наименование производителя — юридического лица, если размещение, распространение данной рекламы осуществляется в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений.

При этом в соответствии с пунктом 9 статьи 2 Федерального закона «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» под официальными физкультурными мероприятиями и спортивными мероприятиями понимаются физкультурные мероприятия и спортивные мероприятия, включенные в Единый

календарный план межрегиональных, всероссийских и международных физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий, календарные планы физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий субъектов Российской Федерации, муниципальных образований.

Обращаем внимание, что указанная норма части 6 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» допускает размещение рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, не в любом виде, а только в том виде, который прямо указан в данной части, то есть только в виде рекламы **средств индивидуализации** производителей пива и напитков, изготавливаемых на его основе, а также средств индивидуализации товара **в виде словесных обозначений**, содержащих наименование продукции или производителя данной продукции.

Таким образом, не допускается использование в рекламе пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, изображений рекламируемого товара (пива), рекламных слоганов, комбинированных средств индивидуализации рекламируемого товара, а также иной информации об указанном товаре или его производителе при распространении такой рекламы в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений в период проведения официальных спортивных мероприятий.

Также статья 21 Федерального закона «О рекламе» дополнена частью 7, в соответствии с которой допускается размещение, распространение рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, во время трансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований (в том числе спортивных матчей, игр, боев, гонок), а также на телеканалах, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера.

При этом реклама пива и напитков, изготавливаемых на основе пива должна соответствовать иным нормам Федерального закона «О рекламе», в том числе положениям части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», устанавливающей требования к содержанию рекламы алкогольной продукции, а также части 3 указанной статьи, содержащей требование о размещении в рекламе алкогольной продукции предупреждения о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Таким образом, при трансляции рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, на телевидении в форме видеороликов, предупреждению о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства). В Федеральном законе «О рекламе» не установлена продолжительность размещения такого предупреждения, соответственно, данное предупреждение должно размещаться на протяжении всей трансляции рекламы.

Заместитель руководителя управления



Кирьянов А.Н.