



ЕВРОПЕЙСКАЯ МЕДИАГРУППА

*Всем заинтересованным лицам
о рекламе алкогольной продукции (пива и шампанского)
с 01 января 2015 года*

Информируем, что с 01 января 2015 г. вступили в силу поправки в ст.21 ФЗ «О рекламе», регулирующие рекламу алкогольной продукции.

В соответствии с данными поправками, появились исключения, когда допускается реклама алкогольной продукции (пива и отечественного шампанского) в радиопрограммах, **а именно:**

1. допускается реклама пива, в том числе реклама пивных ресторанов и баров с указанием какого-либо сорта пива (далее – «пиво»), а также реклама стимулирующих мероприятий, условием участия в которых является приобретение пива (только если они проводятся в целях реализации пива):

а) во время трансляций в прямом эфире или в записи спортивных соревнований (в том числе спортивных матчей, игр, боев, гонок). При этом не допускается реклама пива во время трансляций детско-юношеских спортивных соревнований;

б) на радиоканалах, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера. Среди радиостанций ЕМГ таким радиоканалом является исключительно Спорт FM, который может размещать рекламу пива в любое время без ограничений.

Из документов необходимо запросить:

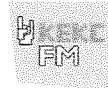
- декларацию о соответствии.

2. допускается реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда (далее – «вино»), а также реклама стимулирующих мероприятий, условием участия в которых является приобретение вина (только если они проводятся в целях реализации вина). Такая реклама может распространяться в эфире с 23 до 7 часов по местному времени (за исключением трансляции в прямом эфире или в записи детско-юношеских спортивных соревнований).

Из документов необходимо запросить:

- лицензию на производство и/или реализацию алкогольной продукции;
- декларацию о соответствии;
- копию этикетки.

Необходимо учитывать, что содержание этилового спирта в алкогольной продукции (пиве и вине), которая допускается к размещению в радиопрограммах, не должна превышать 5% (пяти процентов) (ч.2.1. ст.21 ФЗ «О рекламе»).





ЕВРОПЕЙСКАЯ МЕДИАГРУППА

Кроме того, реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления (ответственность несёт рекламодатель/распространитель).

Также обращаем Ваше внимание на то, что в ст.21 ФЗ «О рекламе» содержится ряд требований к рекламе алкогольной продукции, а именно:

1) такая реклама не должна:

- содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния;
- осуждать воздержание от употребления алкогольной продукции;
- содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в алкогольной продукции биологически активных добавок, витаминов;
- содержать упоминание о том, что употребление алкогольной продукции является одним из способов утоления жажды;
- обращаться к несовершеннолетним;
- использовать образы людей и животных.

Так как реклама алкогольной продукции является проблемной категорией, все рекламные материалы, где объектом рекламирования является алкогольная продукция, следует согласовывать с юридическим департаментом

Директор юридического департамента

Дмитрий Григорьев

М.П.

