

26.06.2013 № АК/24601/13

О рекламе алкогольной продукции на бортах самолетов международных рейсов

ФАС России в связи с поступающими обращениями относительно возможности распространения рекламы алкогольной продукции на бортах самолётов, осуществляющих международные рейсы, сообщает.

Согласно части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться, в частности в периодических печатных изданиях и на всех видах транспортных средств общего пользования и с их использованием, а также снаружи и внутри зданий, сооружений, обеспечивающих функционирование транспортных средств общего пользования, за исключением мест, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

Кроме того, в соответствии с частью 2.1 той же статьи реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Вместе с тем, в силу части 1 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» данный Закон применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места её производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации.

В случае если речь идёт о распространении рекламы на борту самолётов, осуществляющих международные рейсы, необходимо установить право, которое применяется к отношениям по распространению рекламы.

Поскольку реклама алкогольной продукции запрещена в периодических печатных изданиях, то публикация такой рекламы в печатном средстве массовой информации (СМИ), зарегистрированном в Российской Федерации, издаваемом в Российской Федерации и предназначенном для распространения на территории Российской Федерации, запрещена. Соответственно, если журнал, распространяемый на борту самолёта, зарегистрирован в Российской Федерации в качестве СМИ, то в таком журнале не допускается распространение рекламы алкогольной продукции.

В случае если журнал, распространяемый на борту самолёта, не зарегистрирован в качестве СМИ, то для оценки возможности размещения рекламы алкогольной продукции применяются следующие нормы.

Согласно статье 17 Конвенции о международной гражданской авиации, заключённой в г. Чикаго 07.12.1944, воздушные суда имеют национальность того государства, в котором они зарегистрированы.

При этом с учётом распространённого принципа взаимности в международной транспортной отрасли применение ограничительных мер согласно российскому законодательству в отношении иностранных перевозчиков должно отвечать критериям разумной достаточности.

Учитывая изложенное, поскольку право пользования является одной из составляющих права собственности, то использование транспортного средства для распространения на его борту рекламы подпадает под регулирование того законодательства, которое соответствует праву страны, в которой зарегистрировано транспортное средство. Однако данное положение не распространяется на случаи размещения рекламы на внешней стороне транспортного средства, поскольку такая реклама направлена на восприятие её лицами в стране фактического нахождения в текущий момент транспортного средства — в таком случае реклама должна соответствовать требованиям законодательства страны фактического нахождения в текущий момент.

Таким образом, распространение рекламы алкогольной продукции на борту самолётов, зарегистрированных в Российской Федерации, не допускается. Установленный в статье 21 Федерального закона «О рекламе» запрет распространения рекламы алкогольной продукции не распространяется на рекламу на борту самолётов, зарегистрированных в иных государствах.

А.Б. Кашеваров