

МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИКИ ЛАТВИЙСКОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ЦЕНТР ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

улица Кр.Валдемара 157, Рига, LV – 1013 ♦ тел. (+371) 67388624 ♦ fakss (+371) 67388634 ♦  
э-почта: [ptacr@ptac.gov.lv](mailto:ptacr@ptac.gov.lv)

Рига  
10.09.2007. Nr. 21-10/ 7260

**ООО «Market Media»**  
улица А.Деглава 7, бюро 24, Рига, LV-1009

**О рекламе**

7 сентября 2007 года Центром защиты прав потребителей (далее в тексте – РТАС) получено письмо ООО «Market Media» от 4 сентября 2007 года, в котором содержится просьба ответить на вопрос, можно ли на LCD мониторах, размещенных в универсальных магазинах/торговых центрах, воспроизводить ролики с рекламой алкогольных и табачных изделий.

Отвечая на заданный ООО «Market Media» вопрос, РТАС указывает следующее:

Согласно части первой статьи 7 Закона о рекламе *«Дополнительные требования в области рекламы можно определить в других законах».*

22 апреля 2004 года Сейм Латвийской Республики принял закон «Об обороте алкогольных напитков», статьей 2 которого среди прочего определено, что *... Закон регулирует любые действия с алкогольными напитками [подготовка к переработке, переработка, производство, заполнение в упаковку (расфасовка), маркировка, хранение, погрузка, разгрузка, перемещение, перевозка, ввоз, вывоз, распространение, закупка, реализация, уничтожение и т.п.], а также рекламу алкогольных напитков*.

Статья 11 закона «Об обороте алкогольных напитков» регламентирует ограничения рекламы алкогольных напитков, о чем в части третьей данной статьи определено, что *«Реклама алкогольных напитков запрещена: 1) в учебных и лечебных учреждениях и на зданиях и постройках этих учреждений; 2) на письмах и посылках почтовой корреспонденции; 3) на наружных листах (обложке) книг, журналов, газет и их приложений; 4) на средствах общественного транспорта и в них».*

Учитывая выше сказанное, следует вывод, что закон не запрещает распространять рекламу алкогольных напитков в универсальных магазинах/торговых центрах, демонстрируя ее на LCD мониторах в форме рекламных роликов.

РТАС указывает также, что часть первая статьи 10 закона «Об обороте алкогольных напитков» определяет, что *«Реклама алкогольных напитков должна содержать информацию, которая предупреждает общество о негативном влиянии алкоголя. Такая информация должна занимать не менее 10 процентов объема конкретной рекламы».*

18 декабря 1996 года, Сейм Латвийской Республики принял закон «Об ограничении реализации, рекламы и употребления табачных изделий», статья 2

которого среди прочего определяет: *«Целью настоящего закона является определить рекламу табака».*

Часть первая статьи 9 закона «Об ограничении реализации, рекламы и употребления табачных изделий» определяет, что *«Запрещено рекламировать табачные изделия и их употребление: 1) во время культурных и спортивных мероприятий, когда их генеральными спонсорами являются коммерсанты, занимающиеся производством или распространением табачных изделий; 2) в кинотеатрах и видеозалах; 3) на упаковке таких реализуемых в стране товаров и продукции, которые не имеют непосредственного отношения к табаку; 4) на латвийских почтовых отправлениях; 5) в воспитательных и образовательных учреждениях; 6) в органах социального обеспечения и реабилитации; 7) в прессе и других печатных изданиях, кроме изданий, предусмотренных для коммерсантов, занимающихся торговлей табачными изделиями, а также в изданиях, которые издаются и печатаются в странах, не являющихся странами-участницами Европейского Союза, и которые не предусмотрены для рынка Европейского Союза; 8) при предоставлении обществу информационных услуг; 9) на зданиях и постройках (рекламных столбах, заборах, на обочинах автодорог и железной дороги, в аэропортах, портах, железнодорожных станциях, на транспортных средствах и в салонах общественных транспортных средств и др.), кроме торговых точек».*

Учитывая выше сказанное, следует вывод, что закон не запрещает распространять рекламу табачных изделий в универсальных магазинах/торговых центрах, демонстрируя ее на LCD мониторах в форме рекламных роликов.

РТАС указывает также, что статья 8 закона «Об ограничении реализации, рекламы и употребления табачных изделий» определяет, что *«Реклама табачных изделий должна информировать покупателей о вреде употребления табачных изделий и такая информация должна занимать не менее пяти процентов от площади рекламы».*

Директор

/подпись/

Б.Витолиня

Direktore

/paraksts/

B.Vītoliņa

К.Саутиньш 67388626

Э-почта: [Kristaps.Sautins@ptac.gov.lv](mailto:Kristaps.Sautins@ptac.gov.lv)