



ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ  
СЛУЖБА  
(ФАС России)

ЗАМЕСТИТЕЛЬ  
РУКОВОДИТЕЛЯ

Садовая Кудринская, 11  
Москва, Д-242, ГСП-5, 123995  
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24  
delo@fas.gov.ru http://www.fas.gov.ru

Газета «Инта-Информ»

intainform@gmail.com

✓ Коми УФАС России

29.04.2014 № АД/17310/14  
На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

б/н

б/д

О рекламе изготовителей и продавцов  
алкогольной продукции

ФАС России рассмотрел обращение газеты «Инта-Информ», поступившее из Коми УФАС России, о рекламе продавца алкогольной продукции и сообщает.

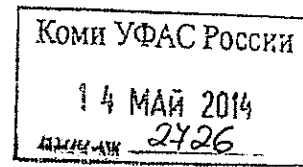
В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться:

- в периодических печатных изданиях;
- в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции;
- в теле- и радиопрограммах, при кино- и видеообслуживании;
- 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;
- с использованием технических средств стабильного территориального



2014-40303(6)



23658

размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их;

- в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений;

- в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений;

- в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Также согласно части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» 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.

Таким образом, размещение рекламы алкогольной продукции в периодических печатных изданиях не допускается.

При этом в соответствии с частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные данным Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого данным Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

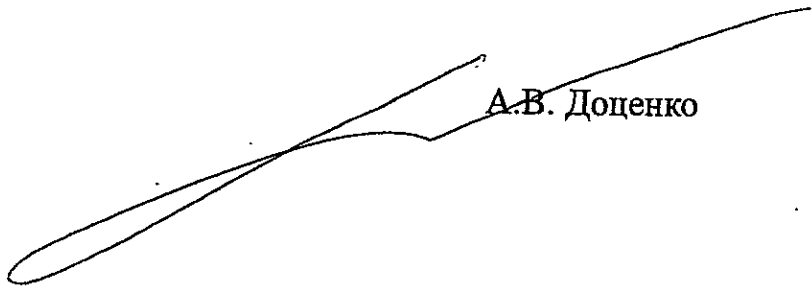
Следовательно, размещение рекламы продавца алкогольной продукции в периодическом печатном издании в соответствии со статьей 21 Федерального закона «О рекламе» не допускается.

Дополнительно информируем, что ФАС России осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе, а при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные указанным Федеральным законом.

Вместе с тем полномочие по предварительному контролю материалов рекламного характера до их публикации Федеральным законом «О рекламе» не

предусмотрены.

Учитывая изложенное, ФАС России не имеет полномочий по проверке на соответствие нормам Федерального закона «О рекламе» макетов рекламных материалов либо проектов текстов рекламных публикаций.

  
А.В. Доценко

С. Сестринец начальник  
Управления делами  
И. Е. Белякина  
29.04 