



ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ  
СЛУЖБА  
(ФАС России)  
ЗАМЕСТИТЕЛЬ  
РУКОВОДИТЕЛЯ

Руководителям территориальных  
органов ФАС России

Садовая Кудринская, 11  
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993  
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24  
[delo@fas.gov.ru](mailto:delo@fas.gov.ru) <http://www.fas.gov.ru>

штамп  
регистрации

№ \_\_\_\_\_

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

[О рекламе алкогольной продукции,  
размещаемой в стационарном  
торговом объекте, в котором  
реализуются товары для детей

В соответствии с пунктом 20 Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2020 году, утвержденным приказом ФАС России от 17.04.2020 № 410/20 ФАС России направляет разъяснение по вопросу рекламы алкогольной продукции, размещаемой в стационарном торговом объекте, в котором реализуются товары для детей.

В статье 21 Федерального закона «О рекламе» содержатся требования, предъявляемые к рекламе алкогольной продукции.

В частности, согласно пункту 5 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна обращаться к несовершеннолетним.

При этом, в соответствии с частью 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.

Согласно пунктами 4 и 5 статьи 2 Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» стационарным торговым объектом является торговый объект, представляющий



собой здание или часть здания, строение или часть строения, прочно связанные фундаментом такого здания, строения с землей и присоединенные к сетям инженерно-технического обеспечения, специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров.

В соответствии со статьёй 18 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» деятельность по розничной продаже алкогольной продукции подлежит лицензированию.

Таким образом, реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объёма готовой продукции допускается в пределах помещения, занимаемого организацией, имеющей лицензию на осуществление розничной продажи алкогольной продукции, указанного в соответствующей лицензии.

При этом в случае нахождения такой организации внутри здания, в котором оказывается комплекс услуг (например, в торговом центре), размещение рекламы указанной алкогольной продукции в иных помещениях данного здания, вне допустимого места осуществления розничной продажи алкогольной продукции, данная норма не допускает.

Кроме того, необходимо отметить, что в случае если указанная реклама будет размещена внутри помещения, занимаемого организацией, имеющей лицензию на осуществление розничной продажи алкогольной продукции, однако таким образом, что будет направлена на восприятие её за пределами данного помещения, данная реклама может быть признана нарушающей положения части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В отношении применения пункта 5 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» относительно запрета на обращение к несовершеннолетним, стоит заметить, что нахождение несовершеннолетних на территории магазина, реализующего алкогольную продукцию, не свидетельствует о том, что реклама алкогольной продукции, распространяемая на территории указанного объекта направлена на привлечение внимания несовершеннолетних.

При этом, для признания наличия в содержании рекламы алкогольной

продукции обращения к несовершеннолетним целесообразно провести анализ рекламы.

Так, использование в рекламе алкогольной продукции детских голосов, либо каких-либо фраз, использующихся исключительно несовершеннолетними (молодежного сленга), может свидетельствовать о том, что данная реклама обращается к несовершеннолетним, соответственно, содержит признаки нарушения 5 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Однако окончательная оценка рекламы на предмет наличия в ней нарушения законодательства о рекламе осуществляется с учетом всех обстоятельств распространения рекламы, в том числе с учетом ее восприятия потребителями рекламы.

*Место для подписи*

А.Б. Кашеваров

Исп.Бадалов Георгий Дмитриевич  
тел.8(499)755-23-23 вн.088-727