

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПИСЬМО

от 20 июля 2016 г. N АК/49414/16

ОБ ИНФОРМАЦИИ НА САЙТАХ ПРОДАВЦОВ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

В соответствии с [пунктом 18](#) Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2016 году, утвержденным приказом ФАС России от 30.03.2016 N 379/16, ФАС России направляет разъяснение по вопросу отнесения к рекламе информации о реализации товара (алкогольной продукции), размещенной в сети "Интернет" на сайтах нелегальных продавцов алкогольной продукции.

[Статья 3](#) Федерального закона "О рекламе" раскрывает основные понятия, используемые в данном Федеральном [законе](#), в том числе понятие рекламы.

Требования к рекламе алкогольной продукции установлены в [статье 21](#) Федерального закона "О рекламе".

Согласно [пункту 8 части 2 статьи 21](#) Федерального закона "О рекламе" реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Вместе с тем согласно [пункту 3 части 2 статьи 2](#) Федерального закона "О рекламе" данный Федеральный [закон](#) не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

По мнению специалистов ФАС России, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах (оказываемых услугах), размещенная на официальном сайте, странице социальной сети производителя или продавца данных товаров (лица, оказывающего данные услуги), если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта, страницы социальной сети об ассортименте товаров (услуг), правилах пользования, а также непосредственно о продавце, производителе товара или лице, оказывающему услуги и т.п., следовательно, на такую информацию положения Федерального [закона](#) "О рекламе" не распространяются.

Соответственно, размещенная на сайте производителя или продавца алкогольной продукции (независимо от наличия или отсутствия у такого продавца лицензии на розничную продажу алкогольной продукции), а также в группе производителя в какой-либо социальной сети информация об ассортименте товаров, производимых или предлагаемых данным лицом к реализации, не может расцениваться как реклама, поскольку такая информация размещена непосредственно на официальном сайте или странице социальной сети компании и предназначена для информирования посетителей такого ресурса о деятельности такой компании, реализуемых ею товарах. Учитывая изложенное, на такую информацию положения Федерального [закона](#) "О рекламе" не распространяются.

При этом вопрос относительно законности осуществления компанией продажи алкогольной продукции, в том числе наличие или отсутствие у компании лицензии на такую деятельность, не относится к компетенции антимонопольных органов и может быть разрешен правоохрнительными органами или Федеральной службой по регулированию алкогольного рынка (Росалкогольрегулирование).

А.Б.КАШЕВАРОВ