



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(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 <http://www.fas.gov.ru>

29.05.2023 № 08/41716/23

На № _____ от _____

Об информации в сети «Интернет»

ФАС России рассмотрела Ваше обращение относительно информации, размещенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и сообщает.

В соответствии с полномочиями, установленными Федеральным законом «О рекламе», ФАС России осуществляет федеральный государственный контроль (надзор) в сфере рекламы, предметом которого является соблюдение рекламодателями, рекламопроизводителями и рекламодателями обязательных требований, установленных настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации в сфере рекламы.

Согласно части 16 статьи 18.1 Федерального закона «О рекламе» реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», должна содержать пометку «реклама», а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы.

Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе предусмотрена статьей 38 Федерального закона «О рекламе» и законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Пункт 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» даёт определение рекламы, под которой понимается информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования,



2023-61770

формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 указанной статьи, объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

По смыслу пункта 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вместе с тем согласно пункту 3 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» настоящий 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 производителя или продавца данных товаров (лица, оказывающего данные услуги), если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта 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.

Учитывая тот факт, что сайт является информационным ресурсом и создаётся с целью размещения наиболее полной информации, например, о деятельности компании, её товарах и услугах, и последующего ознакомления заинтересованных лиц с данной информацией, посещение сайта рассматривается как возможность для потребителя получить необходимый объём сведений о компании, реализуемых товарах, акциях и т.п. в целях правильного потребительского выбора.

Такие сведения носят информационный и справочный характер, соответственно на них положения Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Вместе с тем в отдельных случаях, когда размещаемая на сайте информация о товарах (работах, услугах) направлена не столько на информирование потребителя о деятельности компании, в том числе об ассортименте производимых или реализуемых товаров, работ, услуг, ценах, сколько на привлечение внимания к конкретному лицу, его товару, работе, услуге и их выделение среди однородных товаров, работ, услуг (например, путем размещения стационарного баннера, размещаемого на каждой странице сайта и не связанного с содержанием таких страниц, всплывающего окна и т.п.), такая информация может быть признана рекламой, и на такую информацию распространяются требования Федерального закона «О рекламе», в том числе, содержащиеся в статье 18.1 данного Федерального закона.

По мнению специалистов ФАС России, информация о товарах (работах, услугах), проводимых акциях, предоставляемых скидках и т. п., размещаемая на официальном сайте компании в сети «Интернет», в том числе посредством баннера, рекламой не является, поскольку указанная информация распространяется непосредственно на официальном сайте компании и предназначена для получения посетителями страницы необходимого объема сведений о деятельности компании, предлагаемых к продаже товаров (работ, услуг) и ценах на них.

Учитывая изложенное, на такую информацию положения Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Одновременно сообщаем, что по мнению специалистов ФАС России, если информация, размещенная в статье стороннего СМИ, блога (в том числе с использованием гиперссылки), содержит справочно-информационные сведения и при этом не содержит объект рекламирования, такая информация рекламой не является, и положения Федерального закона «О рекламе» на нее не распространяются.

Вместе с тем, если информация, размещенная в статье стороннего СМИ, блога (в том числе с использованием гиперссылки), формирует интерес к какому-либо товару (работе, услуге) с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, указанная информация может подпадать под признаки рекламы, распространение которой должно осуществляться в соответствии с требованиями статьи 18.1 Федерального закона «О рекламе».

Следует отметить, что полномочия по предварительному контролю материалов рекламного характера до их распространения Федеральным законом «О рекламе» не предусмотрены.

Начальник управления контроля рекламы и
недобросовестной конкуренции

Т.Е. Никитина



Для улучшения качества работы с обращениями граждан и организаций Вы можете оставить свой отзыв или предложения в форме обратной связи на официальном сайте ФАС России, пройдя по ссылке: <http://vote.fas.gov.ru/poll01>

Исп. Стипан В.А.
тел. 8(499) 755-23-23 вн. 088-527