

ФАС прояснила нюансы законодательства о рекламе

Объявления профсоюзов на собственных площадках не могут считаться рекламой

С начала этой осени законодательство о рекламе изменилось, и теперь надо регистрировать размещаемую в интернете рекламу, чтобы не получить штраф. Но профсоюзы на своих порталах и в своих соцсетях публикуют информацию о социальных программах или профсоюзных товарах. Мы решили узнать у госслужб, не будет ли претензий к такой информации? ФАС ответила, что не будет.

С 1 сентября 2023 года законодательство о рекламе изменилось. Интернет-реклама теперь должна иметь специальные идентификаторы - их присваивает "Оператор рекламных данных" (ОРД). Оператор выдает рекламе токен (единицу учета), получает информацию от лиц, направивших запрос на получение номера, и в течение 10 дней передает сведения в Роскомнадзор. Тот, в свою очередь, вносит эти данные в Единый реестр интернет-рекламы. За невыполнение

новых правил физическим и юридическим лицам грозят штрафы.

Тут, однако, возникают вопросы, ведь в своей деятельности профсоюзы делают объявления о социальных программах или своих товарах. Это, например, объявления о возможности приобрести путевку с профсоюзной скидкой, сообщения о профсоюзных дисконтных программах и обучающих семинарах (в том числе платных), информация о продаже обучающей, учебной или сувенирной литературы, а

также сувенирной продукции с символикой профсоюзов и т.д.

Информация об этих услугах и продуктах размещается на сайтах самих профорганизаций или в их социальных сетях, и члены профсоюза могут делать ее репосты. По идее, она размещается безвозмездно и адресована внутренней членской сети профсоюза. Значит, эта информация не должна подпадать под изменения законодательства.

Но у нашей редакции не было полной уверенности, что ее не посчитают рекламным контентом, подпадающим под правила об обязательности маркировки рекламы. Поэтому мы отправили запрос в Федеральную антимонопольную службу. Они прислали нам ответ за подписью замруководителя ФАС **Карины Тауковой**. Выводы из письма следующие:

- объявления о социальных программах или профсоюзных товарах, размещаемые на собственных сайтах профсоюзов, рекламой являться не будут;

- репосты этой информации членами профсоюза - деятельность самих этих членов, не имеющая отношения к рекламе, если только не будет установлена причинно-следственная связь между репостом и какой-либо оплатой от профсоюза за такой репост;

- поскольку размещенная информация адресована членам профсоюза, внутренней членской сети, она не является рекламой, так как не адресована неопределенному кругу лиц;

- маркировка контента, перечисленного в запросе, не требуется.

Материал подготовила
Полина САМОЙЛОВА
samoilova_polina@mail.ru

ДОКУМЕНТ

Ответ ФАС России на обращение ООО "Редакция газеты "Солидарность"

ФАС России рассмотрела обращение ООО "Редакция газеты "Солидарность" 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 пункту 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.

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.

Следует отметить, что вопрос отнесения информации к рекламе или иной информации, не являющейся рекламой, осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из содержания такой информации и всех обстоятельств ее размещения.

По мнению специалистов ФАС России, не является рекламой информация о товарах, размещенная на официальном сайте производителя таких товаров (лица, оказывающего услуги), на страницах производителя таких товаров (услуг) в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", в официальном приложении для мобильных устройств, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта, соответствующей странице в социальной сети, мобильного приложения об ассортименте своих товаров (услуг), условиях их приобретения, ценах и скидках, правилах пользования.

Учитывая тот факт, что сайт, страница в социальной сети или мобильное приложение являются информационным ресурсом и создаются с целью размещения наиболее полной информации, например, о деятельности компании, ее товарах и услугах, и последующего ознакомления заинтересованных лиц с данной информацией, посещение таких ресурсов рассматривается как возможность для потребителя получить необходимый объем сведений о компании, производимых 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.

При этом не является рекламой информация о реализуемых товарах разных производителей, размещенная на официальном сайте продавца данных товаров, на страницах продавца данных товаров в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", в официальном приложении для мобильных устройств, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта, соответствующей странице в социальной сети, мобильного приложения об ассортименте реализуемых товаров,

условиях их приобретения, ценах и скидках, правилах пользования. Также при указанных способах размещения информации не является рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией, контрагентах (партнерах) данной компании и т.п.

Однако в отдельных случаях, когда размещаемая на сайте, на странице в социальных сетях или в приложении для мобильного устройства продавца товаров разных производителей информация направлена не столько на информирование потребителя об ассортименте предлагаемых товаров, работ, услуг или деятельности компании, в том числе о контрагентах (партнерах) данной компании, сколько на привлечение внимания к конкретному 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 и т.п.), такая информация может быть признана рекламой, и на такую информацию распространяются требования Федерального закона "О рекламе".

Кроме того, может быть признана рекламой размещаемая на сайте, на странице в социальных сетях компании, в официальном приложении для мобильных устройств информация об иных хозяйствующих субъектах, если такая информация привлекает внимание к таким хозяйствующим субъектам, а не деятельности компании.

Как следствие, реклама, размещаемая указанным способом, должна соответствовать требованиям Федерального закона "О рекламе".

Также предлагаем Вам ознакомиться с более подробной информацией по теме размещения рекламы в сети "Интернет" на сайте ФАС России по адресу: https://fas.gov.ru/pages/reklama_v_internete. В разделе размещена справочная информация, ответы на часто задаваемые вопросы и примеры проявления признаков рекламы. Информация на сайте будет дополняться новыми материалами.