

Письмо Федеральной антимонопольной службы от 20 сентября 2023 г. N 08/76261/23 "Об информации в сети "Интернет"

Вопрос: Медицинская организация частной формы собственности имеет собственный сайт, на котором раскрывает информацию о своей деятельности. Сайт снабжен двумя баннерами - один с предложением рассчитать онлайн предварительную цену медицинских услуг, второй баннер - с предложением записаться на бесплатную консультацию в клинику.

Прошу разъяснить, являются ли данные баннеры рекламой, которую требуется маркировать в соответствии с требованиями ст. 18.1 Закона о рекламе?

Ответ: ФАС России рассмотрела 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 рекламодателем 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.

Таким образом 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 страницы 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 является информационным ресурсом и создаются с целью размещения наиболее полной информации, например, о деятельности компании, её 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.

Кроме того, 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 страницы 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".

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.

Временно исполняющий
обязанности начальника
Управления контроля рекламы
и недобросовестной конкуренции

Я.В. Склярова