|  |
| --- |
|  |
| Готовое решение: Какие требования установлены к размещению рекламы в сети Интернет (КонсультантПлюс, 2022) |
| Документ предоставлен [**КонсультантПлюс  www.consultant.ru**](https://www.consultant.ru)  Дата сохранения: 20.10.2022 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | КонсультантПлюс | Готовое решение | **Актуально на 18.10.2022** |  |

**Какие требования установлены к размещению рекламы в сети Интернет**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | На рекламу в сети Интернет распространяются [общие требования](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1EFB332F6F2F1AB1D3799DF8597EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D4AC8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) для любой рекламы (в том числе о ее добросовестности и достоверности).  Но есть и особые требования и ограничения, относящиеся к рекламе в сети Интернет. В частности, в Интернете нельзя рекламировать алкоголь, а букмекерские конторы можно рекламировать только на определенных сайтах. Нельзя делать рекламные рассылки на электронную почту без согласия абонента (адресата) на получение такой рекламы. |  |

**Оглавление:**

1. [Какая информация в сети Интернет признается рекламой, а какая - нет](#P13)

2. [Что нельзя рекламировать в сети Интернет или можно, но с ограничениями](#P22)

3. [Какие особенности есть в части требований к способам размещения рекламы в сети Интернет](#P29)

4. [Какие особенности есть при размещении социальной рекламы в сети Интернет](#P33)

**1. Какая информация в сети Интернет признается рекламой, а какая - нет**

**К рекламе в сети Интернет следует относить** информацию, распространенную с использованием сети Интернет, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Это следует из [п. 1 ст. 3](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D5AB8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Закона о рекламе ([п. п. 1](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1A91D3A9FDF8297EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D7A98BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L), [2](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1A91D3A9FDF8297EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D7AB8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Письма ФАС России от 25.09.2019 N АК/83509/19).

Например, когда помимо результатов поиска на странице поисковой выдачи размещается информация, направленная на привлечение внимания к конкретному товару и его выделение среди иных товаров (например, всплывающий баннер, информация с пометкой "реклама", размещенная посредством системы размещения контекстной рекламы), такая информация является рекламой ([п. 2.1](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1A91D3A9FDF8297EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D6AC8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Письма ФАС России от 25.09.2019 N АК/83509/19, [Письмо](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AB163B9CDA8197EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D7A58BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) ФАС России от 28.08.2015 N АК/45828/15).

**Не признается рекламой в сети Интернет** размещение информации, если это не соответствует признакам, перечисленным в [п. 1 ст. 3](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D5AB8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Закона о рекламе. Не относится к рекламе и не подпадает под действие Закона о рекламе информация, перечисленная в [ч. 2 ст. 2](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D6AF8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Закона о рекламе.

Например, не является рекламой:

* перечень гиперссылок на различные источники информации (сайты, форумы и др.), выданный поисковыми системами, который является результатом обработки поискового запроса пользователя ([п. 2.1](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1A91D3A9FDF8297EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D7A58BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Письма ФАС России от 25.09.2019 N АК/83509/19);
* информация, размещенная в справочно-каталожных изданиях, содержащая одинаковый набор сведений об организациях или товарах (услугах) и сгруппированная по определенным рубрикам. Такая информация направлена на извещение потребителей информации о перечне существующих хозяйствующих субъектов, а также на обозначение осуществляемого им вида деятельности, или о перечне предлагаемых товаров, услуг и по существу не является рекламой. Это следует из [п. 1 ст. 3](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D5AB8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Закона о рекламе и [п. 2.2](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1A91D3A9FDF8297EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D6AD8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Письма ФАС России от 25.09.2019 N АК/83509/19;
* информация о производимых или реализуемых товарах (оказываемых услугах), которая размещена на сайте производителя или продавца данных товаров (лица, оказывающего данные услуги) или на страницах в социальных сетях производителя или продавца данных товаров, если эти сведения предназначены для информирования посетителей сайта об ассортименте товаров (услуг), правилах пользования, а также непосредственно о продавце, производителе товара или лице, оказывающем услуги, о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией, и т.п. ([п. 2.3](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1A91D3A9FDF8297EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D6AF8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Письма ФАС России от 25.09.2019 N АК/83509/19, [Письмо](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AB163B9CDA8197EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D7A48BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) ФАС России от 28.08.2015 N АК/45828/15).

**2. Что нельзя рекламировать в сети Интернет или можно, но с ограничениями**

В сети Интернет не допускается реклама тех [объектов рекламирования](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A6DEAA8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L), реклама которых в принципе запрещена независимо от способа распространения согласно [ст. 7](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B10189A983FDC4A50A45079961AF1F3E617DO3XAL) Закона о рекламе. Так, нельзя рекламировать табачные изделия. Есть и другие общие запреты, например в отношении рекламы деятельности лиц, указанных в [ст. 30.2](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B20C81A983FDC4A50A45079961AF1F3E617DO3XAL) Закона о рекламе.

Также есть запреты и ограничения, касающиеся именно рекламы в сети Интернет:

* в сети Интернет нельзя рекламировать алкогольную продукцию ([п. 8 ч. 2 ст. 21](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B40682F686E8D5FD0547198660B1033C63O7XDL) Закона о рекламе). Причем это касается и рекламы, распространяемой через мобильные приложения, а также на сайтах, зарегистрированных в качестве СМИ (сетевых изданий) ([п. п. 5](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1A91D3A9FDF8297EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D3AF8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L), [7](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1A91D3A9FDF8297EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D2A98BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Письма ФАС России от 25.09.2019 N АК/83509/19);
* реклама основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и (или) средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах (тотализаторах) допускается только на определенных сайтах. Например, разрешена реклама игр в букмекерских конторах на сайтах, которые зарегистрированы в качестве сетевых изданий, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера, игр в тотализаторах - на официальных сайтах общероссийской и региональных федераций конного спорта ([пп. "б" п. 1](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A7D5A58BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L), [пп. "г" п. 3 ч. 2.2 ст. 27](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B10C80A983FDC4A50A45079961AF1F3E617DO3XAL) Закона о рекламе);
* может быть запрещена реклама, адресованная потребителям в РФ, на информационных ресурсах иностранных лиц, ведущих деятельность в сети Интернет на территории РФ, при наличии соответствующего запрета Роскомнадзора, информация о котором включена в [перечень](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1A9163698D48197EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D3AF8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) иностранных лиц, осуществляющих деятельность в сети Интернет на территории РФ ([ч. 10.4 ст. 5](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B10080A983FDC4A50A45079961AF1F3E617DO3XAL) Закона о рекламе).

**3. Какие особенности есть в части требований к способам размещения рекламы в сети Интернет**

Распространять рекламу путем рассылки сообщений можно только после того, как получено согласие абонента (адресата) на получение такой рекламы. Этот запрет распространяется и на рассылку сообщений с использованием сети Интернет (например, на адреса электронной почты, через мессенджеры). Это следует из [ч. 1 ст. 18](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A3D0AF8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Закона о рекламе, [п. 4 ст. 2](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9FD98497EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D6A58BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Закона об информации, [п. 35 ст. 2](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1E3898D58397EFDC472A6CB20B334CB82155B40C82F686E8D5FD0547198660B1033C63O7XDL) Закона о связи, [п. 1](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1A91D399DD88597EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D7A98BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Письма ФАС России от 11.11.2019 N ДФ/98054/19. Такая позиция встречается и в практике антимонопольных органов ([Решение](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1FCB828F6F2F1AC183D98D58197EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D2AC8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Кировского УФАС России от 07.09.2020 N 043/05/18-733/2020).

Доказать, что согласие было получено, обязан рекламораспространитель. Согласие на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было не только однозначно идентифицировать лицо (абонента, адресата), которое дало это согласие, но и подтвердить его волеизъявление на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя. Согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера (например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют и др.) не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы ([п. 15](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AB1D399CD88997EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D2AC8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58).

**4. Какие особенности есть при размещении социальной рекламы в сети Интернет**

[Социальная реклама](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1EFB332F6F2F1AB1D3799DF8597EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D2A88BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L), которую вы распространяете в сети Интернет, должна содержать слова "социальная реклама" и указание на рекламодателя социальной рекламы, в том числе на сайт (страницу сайта) в сети Интернет, содержащие информацию о рекламодателе ([ч. 3.19 ст. 10](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B1068BA983FDC4A50A45079961AF1F3E617DO3XAL) Закона о рекламе). Данное требование не распространяется на сайты, зарегистрированные в качестве [сетевых изданий](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9EDF8497EFDC472A6CB20B334CB82155B00682F686E8D5FD0547198660B1033C63O7XDL), а также на [телеканалы и радиоканалы](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9EDF8497EFDC472A6CB20B334CB82155B00482F686E8D5FD0547198660B1033C63O7XDL) ([ч. 3.20 ст. 10](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B1068AA983FDC4A50A45079961AF1F3E617DO3XAL) Закона о рекламе).

Для некоторых рекламораспространителей установлены дополнительные обязанности в связи с распространением социальной рекламы.

**4.1. Какие специальные требования для рекламораспространителей установлены в связи с распространением социальной рекламы в сети Интернет**

Специальные требования установлены для рекламораспространителей, для которых одновременно выполняются следующие условия ([ч. 3.13 ст. 10](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B1058DA983FDC4A50A45079961AF1F3E617DO3XAL) Закона о рекламе):

* рекламораспространители распространяют рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей, находящихся на территории РФ, на принадлежащих им информационных ресурсах (сайтах в сети Интернет, страницах сайта, информационных системах и (или) программах для ЭВМ);
* доступ к их информационным ресурсам (сайтам, страницам сайтов, программам для ЭВМ и др.) в течение суток составляет более 100 000 пользователей, находящихся на территории РФ.

Указанные рекламораспространители обязаны ([ч. 3.13 ст. 10](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B1058DA983FDC4A50A45079961AF1F3E617DO3XAL) Закона о рекламе):

* направлять [оператору социальной рекламы](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1A9173E9BDF8997EFDC472A6CB20B334CAA210DBE0689BCD6AC9EF20745O0X5L) сведения об объемах, о способах, формах и средствах распространения рекламы на принадлежащих им информационных ресурсах для формирования прогнозных значений объемов распространения социальной рекламы в Интернет и (или) прогнозные значения объемов распространения социальной рекламы в сети Интернет. [Требования](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1E3E99D98097EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A2D6AC8BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) к таким сведениям, прогнозным значениям, а также к срокам и порядку их предоставления утверждены Приказом Минцифры России от 06.09.2021 N 924;
* бесплатно распространять на принадлежащих им информационных ресурсах социальную рекламу, предоставляемую оператором социальной рекламы на основании заключенного с ним договора. Такую рекламу нужно распространять в пределах объема, установленного [ч. 3 ст. 10](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B20489A3D6A98BA45603528A62AF1F3D61613A3D82OEX5L) Закона о рекламе.

[Указанные требования](#P41) не распространяются на сайты, зарегистрированные в качестве сетевых изданий, а также на телеканалы и радиоканалы ([ч. 3.20 ст. 10](consultantplus://offline/ref=D93CA94723730726BFB1E0B82CF6F2F1AE1C3C9CD98097EFDC472A6CB20B334CB82155B1068AA983FDC4A50A45079961AF1F3E617DO3XAL) Закона о рекламе).