

Служба подготовила поправки в Закон о рекламе для корректировки утративших актуальность норм

17 октября 2023, 10:00

Соответствующий законопроект ведомства размещен на портале проектов нормативных правовых актов*

Поправки подготовлены на основе предложений предпринимательского и экспертного сообществ. Служба считает целесообразным ввести механизм предупреждения до возбуждения дела при выявлении признаков нарушения ряда рекламных норм.

Речь идет о соблюдении правил указания возрастной отметки в рекламе информационной продукции и обязательных сведений в рекламе стимулирующих мероприятий (конкурсов и рекламных акций) и при дистанционной продаже товаров. Также предупреждения предлагается выдавать в случае отсутствия формальных сведений, предусмотренных Законом о рекламе. К таким сведениям относятся полное наименование лица в рекламе финансовых услуг, пометка о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, указание на необходимость консультации со специалистом при рекламе лекарственных средств.

Это позволит снизить административную нагрузку на бизнес и оперативнее устранять допущенные нарушения. Дело по признакам нарушения законодательства о рекламе будет возбуждаться только в случае неисполнения предупреждения.

Ведомство считает необходимым упростить требования к обязательным сведениям в рекламе товаров при дистанционном способе продажи. Если товар реализуется исключительно через интернет-ресурс, то в рекламе будет достаточно указания на официальный сайт продавца с дополнительной информацией о нем.

Согласно предложенному законопроекту реклама стимулирующих мероприятий (конкурсов и рекламных акций) должна содержать сведения об организаторе и источник получения дополнительной информации, такой как правила проведения, количество призов, сроки, место и порядок их получения.

Кроме того, служба считает целесообразным на законодательном уровне уточнить, какая информация не относится к рекламе. Согласно законопроекту ФАС России, рекламой не будут признаваться опросы общественного мнения и упоминания о товаре, его изготовителе или продавце, которые сами по себе не являются сведениями рекламного характера и органично интегрированы в произведения науки, литературы, искусства или в иной результат интеллектуальной деятельности. Такие нововведения актуальны в том числе в связи с вступлением в силу закона о маркировке рекламы.

В законопроект были включены ранее подготовленные службой [предложения](#) по

корректировке других неактуальных норм Закона о рекламе. Речь идет о возможности рекламы посредством push-уведомлений только с согласия пользователей, а также корректировке требований к теле- и радио-рекламе алкогольной продукции. Кроме того, предлагается не признавать рекламой в Интернете справочную информацию о деятельности компаний, товарах и услугах, размещаемую на официальных сайтах организаций и продавцов товаров, а также на сайтах-агрегаторах различной информации.

ФАС России продолжит анализ и проработку предложений предпринимательского и экспертного сообщества по изменению рекламного законодательства.

*Проект федерального закона "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" (ID 142728)