

# Сергей Пузыревский: с развитием саморегулирования большинство запретов в рекламе исчезнет

13 мая 2010, 17:33

"Реклама - один из главных элементов развития конкуренции в России. Где есть реклама - там есть конкуренция", - заявил начальник Правового управления ФАС России Сергей Пузыревский, выступая на 42-м заседании Всемирного рекламного конгресса в Москве 13 мая 2010г.

По мнению С.Пузыревского, через рекламу Россия переходит из монополистической экономики в рыночную.

"В вопросах регулирования рекламы мы сталкиваемся с дуализмом выполняемых ею функций: экономической и социальной. С экономической точки зрения рекламы должно быть больше, поэтому в законе формируются требования к рекламе, обеспечивающие единое экономическое пространство России и выстраивающие единый российский рынок. Именно поэтому реклама не регулируется на региональном или муниципальном уровне", - сообщил С.Пузыревский участникам Всемирного рекламного конгресса.

С этой точки зрения к рекламе выдвигается 2 требования:

- 1) должно соблюдаться право потребителя на достоверную информацию
- 2) должно соблюдаться право конкурентов на добросовестное отношение к себе

Обращая внимание собравшихся на то, что реклама также выполняет социальную функцию, Сергей Пузыревский отметил особенности рекламы в России, связанные с российскими традициями и менталитетом.

"Ряд ограничений в рекламе связан с необходимостью защиты интересов несовершеннолетних", - сказал С.Пузыревский. В качестве примера он привел рекламную кампанию "Кто не в "Prado" - тот лох", проведенную накануне 1 сентября и признанную ФАС России неэтичной.

"Следующие особенности связаны с ограничениями по способам распространения рекламы (ограничения для телевизионной рекламы, наружки, рекламы в печатных СМИ) и ограничениями, накладываемыми на рекламу отдельных видов товаров (алкоголь, табак, азартные игры, медицинская продукция)", - сказал С.Пузыревский.

По словам начальника Правового управления ФАС России, ФАС России занимается также и неэтичной рекламой. "Это несвойственная для государства функция - следить за этичностью рекламы. В других странах этим занимается само рекламное сообщество. Но в России саморегулирование развито слабо", - пояснил С.Пузыревский.

По мнению представителя ФАС России, большинство запретов на рекламу со временем

могут исчезнуть: это произойдет в тот момент, когда само рекламное сообщество возьмет на себя функцию по защите потребителей от негативных последствий неэтичной рекламы.

[Презентация выступления С.Пузыревского на Всемирном рекламном конгрессе](#)