



НЕКОММЕРЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

101000, г. Москва, ул. Мясницкая, дом 42, стр. 3
телефон/факс : (499) 678 28 20

исх. *НСФР - 01/1 - 699*

от *17.11.2022*

**Руководителю
Федеральной службы
по надзору в сфере связи,
информационных технологий
и массовых коммуникаций
Липову А.Ю.**

*О вопросах применения ст. 18.1 Федерального
закона № 38-ФЗ «О рекламе» в части
информирования Роскомнадзора о размещении
рекламы*

Уважаемый Андрей Юрьевич!

НСФР благодарит Роскомнадзор за содержательные разъяснения положений статьи 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 «О рекламе» (далее – Закон № 38-ФЗ), направленные письмом Роскомнадзора от 14.09.2022 № 09ЛВ-83396 в ответ на письмо НСФР № НСФР-01/1-418 от 22.08.2022.

Вместе с тем, в НСФР продолжают поступать вопросы финансовых организаций относительно особенностей применения статьи 18.1 Закона № 38-ФЗ.

Так, согласно части 3 статьи 18.1 Закона № 38-ФЗ рекламодатели, рекламодателем, операторы рекламных систем, разместившие в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, и соответствующие критериям, определенным Правительством Российской Федерации, обязаны предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации о такой рекламе в Роскомнадзор в соответствии с частью 5 статьи 18.1 Закона № 38-ФЗ.

При этом на официальном сайте Ассоциации развития интерактивной рекламы в сети «Интернет» опубликован¹ документ «РКН разъясняет порядок учета интернет-рекламы. Вопросы к НПА для 347-ФЗ от 2 июля 2021 года. Ответы актуализированы по состоянию на 7 октября 2022 г.».

В пункте 62 указанного документа сообщается следующее (дословная цитата):

«62. Как подавать данные о собственной рекламе, если она размещается, например, на собственном сайте РД? То есть РД=РР, нет договоров, актов и стоимости.

По мнению специалистов ФАС России, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах (оказываемых услугах), размещенная на сайте производителя или продавца данных товаров (лица, оказывающего данные услуги), если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта об ассортименте товаров (услуг), правилах пользования, а также непосредственно о

¹ https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/10/arir22_rkn_corrections.pdf

продавце, производителе товара или лице, оказывающем услуги и т. п., следовательно, на такую информацию положения федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Учитывая тот факт, что сайт является информационным ресурсом и создается с целью размещения наиболее полной информации, например, о деятельности компании, ее товарах и услугах, и последующего ознакомления заинтересованных лиц с данной информацией, посещение сайта рассматривается как возможность для потребителя получить необходимый объем сведений о компании, реализуемых 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. Вместе с тем, в исключительных случаях, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителей о деятельности организации или реализуемых товарах, сколько на выделение определенных товаров или самой организации среди однородных товаров, организаций (например, в виде всплывающего баннера), такая информация может быть признана рекламой. Указанная позиция ранее также направлялась в адрес территориальных органов ФАС России письмом ФАС России от 28.08.2015 № АК/45828/15. Так, по мнению специалистов ФАС России, может относиться к рекламе, например, баннер с информацией о товаре (услуге) или ином объекте рекламирования, к которому привлекается интерес с целью продвижения данного объекта на рынке, «закрепленный» в определенном месте на сайте, который «остаётся» на данном месте независимо от перехода на различные страницы сайта, поскольку такая информация выделяет определенный объект рекламирования среди ряда однородных и формирует к нему интерес (письмо ФАС России от 25.09.2019 № АК/83509/19 «О разъяснении по вопросу рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»).

Исходя из данного разъяснения, специалисты финансовых организаций, специализирующиеся на работе с рекламой, делают вывод, что на информацию, размещенную на сайте (например, информация о вкладах, информация о карточных продуктах банка, логотип банка и т.д.) положения Закона № 38-ФЗ не распространяются, за исключением случаев размещения информации, направленной не столько на информирование потребителей о деятельности организации или реализуемых товарах, сколько на выделение определенных товаров или самой организации среди однородных товаров, организаций (например, в виде всплывающего баннера). Соответственно, в указанных случаях необходимость маркировать указанную информацию и передавать сведения в Единый реестр интернет-рекламы (далее – ЕРИР) в соответствии с Законом № 38-ФЗ отсутствует.

Вместе с тем, у юридических специалистов финансовых организаций имеется информация из судебной практики, согласно которой самая разная информация на сайте компании в во многих случаях относилась судами именно к рекламе без учета вышеизложенной позиции ФАС России.

В этой связи, учитывая, что вышеуказанный документ опубликован на сайте Ассоциации развития интерактивной рекламы, а не на сайте Роскомнадзора, просим официально подтвердить позицию, согласно которой информация, размещенная на собственном сайте рекламодателя, не относится к рекламе, за исключением случаев размещения информации, направленной не столько на информирование потребителей о деятельности организации или реализуемых товарах, сколько на выделение определенных товаров или самой организации среди однородных товаров, организаций (например, в виде всплывающего баннера), и, как следствие, указанная информация не подлежит направлению в Роскомнадзор в соответствии со статьей 18.1 Закона № 38-ФЗ.

В случае, если указанная информация, по мнению Роскомнадзора, все же подлежит направлению в Роскомнадзор в соответствии со статьей 18.1 Закона №38-ФЗ, просьба

предоставить разъяснения по процедуре маркировки страниц Интернет-сайта и передачи данных с Интернет-сайта рекламодателя в ЕРИР.

НСФР выражает уверенность в дальнейшем плодотворном сотрудничестве с Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

С уважением,

Председатель



А.В. Емелин