

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПИСЬМО

от 5 сентября 2013 г. N АК/34774/13

О ПРИМЕНЕНИИ ЗАКОНА О РЕКЛАМЕ В СВЯЗИ С ВСТУПЛЕНИЕМ В СИЛУ ЗАКОНА О ЗАЩИТЕ ДЕТЕЙ ОТ ИНФОРМАЦИИ, ПРИЧИНЯЮЩЕЙ ВРЕД ИХ ЗДОРОВЬЮ И РАЗВИТИЮ

В соответствии с пунктом 32 Плана оказания методической помощи территориальным органам в 2013 году, утвержденного приказом ФАС России от 19.03.2013 N 169/13, ФАС России сообщает.

С 1 сентября 2012 года вступили в силу изменения в Федеральный закон "О рекламе", внесенные Федеральным законом от 21.07.2011 N 252-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию".

ФАС России письмом от 28.08.2012 N АК/27944 направил в адрес территориальных органов разъяснения относительно новых положений Федерального закона "О рекламе", внесенных Законом N 252-ФЗ.

Вместе с тем в практике правоприменения новых положений Федерального закона "О рекламе" выявляются отдельные вопросы.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

Указанное требование распространяется только на рекламу информационной продукции, и только такой информационной продукции, которая подлежит возрастной классификации.

Под информационной продукцией согласно статье 2 Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" понимаются предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи.

Соответственно, информация в сети "Интернет" подпадает под понятие информационной продукции.

КонсультантПлюс: примечание.

В официальном тексте документа, видимо, допущена опечатка: пункт 6 части 4 содержится в статье 11, а не в статье 10.

Согласно пункту 6 части 4 статьи 10 Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" оборот информационной продукции, содержащей информацию, предусмотренную статьей 5 данного закона, без знака информационной продукции не допускается, за исключением информации,

распространяемой посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", кроме сетевых изданий.

Таким образом, возрастной классификации подлежит не любой сайт в сети "Интернет", а только такой, который является сетевым изданием, то есть в силу статьи 2 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" зарегистрирован в качестве средства массовой информации.

Соответственно, в рекламе сайта, не зарегистрированного в качестве средства массовой информации, указывать категорию информационной продукции не требуется.

Одновременно обращаем внимание территориальных органов, что требование части 10.1 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" распространяется только на рекламу информационной продукции, но не рекламу иных товаров или услуг.

Соответственно, требование об указании в рекламе категории информационной продукции не распространяется на рекламу, объектом рекламирования в которой выступает не информационная продукция, например, вклад в банке, автомобильный салон, ресторан и т.п., в том числе в случае, если в рекламе данных товаров/услуг указан сайт в сети "Интернет" в качестве источника информации, на котором можно получить более подробные сведения о рекламируемом товаре.

А.Б.КАШЕВАРОВ