



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)

СТАТС-СЕКРЕТАРЬ -
ЗАМЕСТИТЕЛЬ
РУКОВОДИТЕЛЯ

Садовая Кудринская, 11
Москва, Д-242, ГСП-5, 123995
тел. (499) 795-71-69, факс (499) 254-83-00
delo@fas.gov.ru <http://www.fas.gov.ru>

25.04.2012 № АК/23649
На № _____ от _____

Руководителям
территориальных органов
ФАС России

Об отнесении к рекламе
анонсов и логотипов газеты

В соответствии с пунктом 26 Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2012 году, утвержденного приказом ФАС России от 21.03.2012 № 183, ФАС России направляет разъяснения об отнесении к рекламе информации о планируемых публикациях (анонсы), логотипа печатного издания (издателя, учредителя) и информации о данном печатном издании.

Статья 3 Федерального закона «О рекламе» определяет рекламу как информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования (товару, средству индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовителю или продавцу товара, результатам интеллектуальной деятельности либо мероприятию), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

При этом согласно части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» данный Закон не распространяется, в частности, на:

информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;

справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;

информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке;

Приморское антимонопольное
управление

Входящий № 5657
17.04.12 12-46460

любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару.

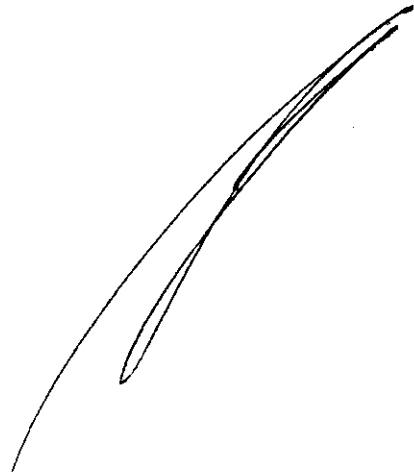
Информация о планируемых публикациях (анонсах), размещенная в средстве массовой информации, в котором и планируется опубликование впоследствии заявленного в анонсе материала, или освещающая какие-либо вопросы, связанные с изданием или реализацией такого средства массовой информации (например, о сроках подписной кампании или о местах реализации газеты, журнала), по мнению ФАС России, должна относиться к справочно-информационным материалам, поскольку по своей сути не направлена на формирование интереса к какому-либо объекту рекламирования, однако носит информационный характер о содержании последующих выпусков средства массовой информации или о самом таком издании. Соответственно, такая информация не подпадает под понятие рекламы, и на нее положения Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Согласно статье 27 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» каждый выпуск периодического печатного издания должен содержать следующие сведения:

- 1) наименование (название) издания;
- 2) учредитель (соучредители);
- 3) фамилия, инициалы главного редактора;
- 4) порядковый номер выпуска и дата его выхода в свет, а для газет – также время подписания в печать (установленное по графику и фактическое);
- 5) индекс – для изданий, распространяемых через предприятия связи;
- 6) тираж;
- 7) цена, либо пометка «Свободная цена», либо пометка «Бесплатно»;
- 8) адреса редакции, издателя, типографии.

Таким образом, указание наименования (названия) печатного издания, в том числе выполненное в виде логотипа, относится к информации, размещение которой обязательно в силу закона. На такую информацию положения Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

По этим же причинам не относится к рекламе иная информация, указанная в статье 27 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации».



А.Ю. Цариковский