



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)

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

Территориальные органы
ФАС России

16.04.2013 № АЖ/14954/13

На № _____ от _____

О социальной рекламе

ФАС России в связи с поступающими обращениями направляет разъяснение относительно порядка распространения социальной рекламы.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламой понимается информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В то же время в соответствии с той же статьей социальная реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Таким образом, законодательство Российской Федерации предусматривает разные виды информации, адресованной для неопределённого круга лиц, – рекламу и социальную рекламу.

Соответственно, социальная реклама не является разновидностью рекламы, согласно понятиям приведённым в Федеральном законе «О рекламе».

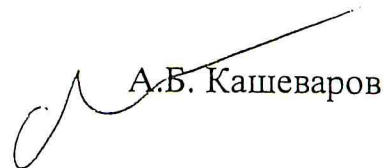
Поскольку социальная реклама не является рекламой, на неё не распространяются требования статей Федерального закона «О рекламе», устанавливающие требования к рекламе (но не к социальной рекламе), в частности не распространяются:

- нормы статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в связи с чем общие



2013-34703(3)

требования к рекламе на социальную рекламу не распространяются,
- нормы статьи 14 Федерального закона «О рекламе», в связи с чем при подсчёте объема рекламы в телепрограммах социальная реклама в данном объёме не учитывается.



А.Б. Кашечаров