



*«Свобода конкуренции и эффективная
защита предпринимательства ради
будущего России»*



Саранск, 30 июля 2020 г.

ПОВЕСТКА



1. 14 июля – День работников антимонопольных органов.
2. Обсуждение особенностей защиты несовершеннолетних от негативного воздействия рекламы.
3. Рассмотрение примера размещения информации в наружном оформлении магазина с целью ее оценки на соответствие требованиям законодательства РФ о рекламе.
4. Разное.



14 июля

**День работников
антимонопольных органов**

Поздравляем!



Начал работу сайт, посвященный 30-летию антимонопольного регулирования в России



Ссылка на ресурс:

<https://30years-amr.fas.gov.ru/>

Защита несовершеннолетних от негативного воздействия рекламы



Несовершеннолетние нуждаются в особой защите от воздействия рекламы ввиду присущей их возрасту легковёрности и недостатка опыта

Часть 10 статьи 5 ФЗ «О рекламе»



Не допускается размещение рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой учебной литературе, предназначенных для обучения детей по основным образовательным программам *начального общего, основного общего, среднего общего образования*

Запрет распространяется:

- на книжные закладки, вклеенные в корешки учебников и являющиеся неотъемлемой частью таких учебников;
- на суперобложки учебников

Не распространяется на учебники для среднего (полного) общего образования и профессионального образования

Не допускается размещение рекламы в школьных тетрадях

Запрет распространяется:

- **только на школьные тетради** (ГОСТ 12063-89)

За нарушение запрета ответственности подлежат производители тетрадей, а не их продавцы розничной торговли

Не распространяется на тетради общие (ГОСТ 13309-90) независимо от их фактического использования в учебном процессе

Не допускается размещение рекламы в школьных дневниках

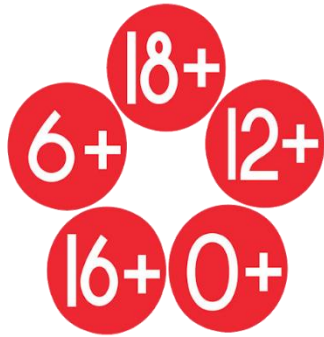
Запрет распространяется в том числе:

- на электронные школьные дневники

Ответственность возложена на рекламораспространителя, которым может быть признан владелец (администратор) сайта



Часть 10.1 статьи 5 ФЗ «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*

*Категория информационной продукции может обозначаться **знаком** информационной продукции и (или) **текстовым предупреждением** об ограничении распространения информационной продукции среди детей*



• Сайт как объект рекламирования требует маркировки только в том случае, если зарегистрирован как СМИ



• Категория информационной продукции указывается в рекламе отдельного выпуска теле-, радиоканала, теле-, радиoproграммы, а не в рекламе теле-, радиоканала в целом

За несоблюдение установленных запретов ответственность несет рекламодатель



Часть 10.2 статьи 5 ФЗ «О рекламе»



Не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей *в соответствии с Федеральным законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»*, в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций

Запрещенная для распространения среди детей информация:

- 1) побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству;
- 2) способная вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные и (или) одурманивающие вещества, табачные изделия, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, принять участие в азартных играх, заниматься проституцией, бродяжничеством или попрошайничеством;
- 3) обосновывающая или оправдывающая допустимость насилия и (или) жестокости либо побуждающая осуществлять насильственные действия по отношению к людям или животным, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом;
- 4) отрицающая семейные ценности и формирующая неуважение к родителям и (или) другим членам семьи;
- 5) оправдывающая противоправное поведение;
- 6) содержащая нецензурную брань;
- 7) содержащая информацию порнографического характера

За несоблюдение установленных запретов ответственность несет рекламораспространитель



Статья 6 ФЗ «О рекламе»



В целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе **не допускаются:**

- 1) дискредитация родителей и воспитателей, подрыв доверия к ним у несовершеннолетних;
- 2) побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар;
- 3) создание у несовершеннолетних искаженного представления о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка;
- 4) создание у несовершеннолетних впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками;
- 5) формирование комплекса неполноценности у несовершеннолетних, не обладающих рекламируемым товаром;
- 6) показ несовершеннолетних в опасных ситуациях, включая ситуации, побуждающие к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью;
- 7) преуменьшение уровня необходимых для использования рекламируемого товара навыков у несовершеннолетних той возрастной группы, для которой этот товар предназначен;
- 8) формирование у несовершеннолетних комплекса неполноценности, связанного с их внешней непривлекательностью

За несоблюдение установленных запретов ответственность несет рекламодатель



Особенности размещения рекламы в детских и образовательных передачах

Часть 7 статьи 14 ФЗ «О рекламе»

- на телевидении



Часть 6 статьи 15 ФЗ «О рекламе»

- на радио



- с **03.08.2018** допускается прерывать рекламой детские и образовательные теле- и радиопередачи;
- не установлено ограничений по продолжительности такой рекламы при условии соответствия длительности такой рекламы общей продолжительности распространяемой в теле- и радиопередачах рекламы как в течение часа, так и в течение суток;
- установлен запрет на распространение в детских и образовательных теле- и радиопередачах рекламы товаров, особенности которых установлены главой 3 Федерального закона «О рекламе». Данное ограничение не распространяется на спонсорскую рекламу, за исключением спонсорской рекламы алкогольной продукции, продукции военного назначения и оружия, основанных на риске игр, пари, услуг по заключению договоров аренды, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением, деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации

**За несоблюдение установленных требований
ответственность несет рекламораспространитель**

Специальные запреты в рекламе отдельных видов товаров



Реклама алкоголя не должна:

- обращаться к несовершеннолетним (п. 5 ч. 1 ст. 21 ФЗ «О рекламе»);
- размещаться в детских печатных, аудио-, видеоизданиях (п. 2 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе»);
- в детских, образовательных организациях и на расстоянии ближе 100 м от них (п. 6 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе»)



Реклама лекарственных средств, медицинских изделий не должна:

- обращаться к несовершеннолетним (п. 1 ч. 1, ч.4 ст. 24 ФЗ «О рекламе»)



Реклама оружия не должна:

- обращаться к несовершеннолетним (п. 2 ч. 6 ст. 26 ФЗ «О рекламе»);
- использовать образы несовершеннолетних (п. 3 ч. 6 ст. 26 ФЗ «О рекламе»)



Реклама азартных игр не должна:

- обращаться к несовершеннолетним (п. 1 ч. 1 ст. 27 ФЗ «О рекламе»)

**За несоблюдение требований ч.1 ст.21, ст.24, ч.6 ст.26, ч.1 ст.27
ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель, за
несоблюдение требований ч.2 ст.21 ФЗ «О рекламе»
ответственность несет рекламораспространитель**

Особенности действия запретов в рекламе отдельных видов товаров

- в случае нахождения организации, реализующей алкоголь, внутри здания, в котором оказывается комплекс услуг (например, в торговом центре), размещение рекламы алкоголя в иных помещениях данного здания, вне места осуществления розничной продажи алкоголя, не допустимо
- в случае если реклама алкоголя будет размещена внутри помещения, занимаемого организацией, реализующей алкоголь, таким образом, что будет направлена на её восприятие за пределами данного помещения, такая реклама не допустима
- наличие в рекламе алкоголя (лекарственных средств, медицинских изделий, оружия, азартных игр) детских голосов либо каких-либо фраз, использующихся исключительно несовершеннолетними (молодежного сленга), может свидетельствовать о том, что такая реклама обращается к несовершеннолетним
- нахождение несовершеннолетних на территории магазина, реализующего алкоголь, не свидетельствует о том, что реклама алкоголя, распространяемая на территории такого объекта торговли, направлена на привлечение внимания несовершеннолетних

Рассмотрение примера размещения информации в наружном оформлении магазина



Вопросы:

- 1) Привлекает ли информация внимание к конкретному товару и(или) его продавцу? Если да, то к какому?
- 2) Выделяет ли информация конкретный товар и(или) его продавца среди множества однородных товаров и(или) продавцов? Если да, то какой?
- 3) Способствует ли информация продвижению конкретного товара и(или) его продавца? Если да, то какого?

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !



www.mordovia.fas.gov.ru



[instagram.com/mordovskoe_ufas/](https://www.instagram.com/mordovskoe_ufas/)



[mordovia_fas](https://twitter.com/mordovia_fas)

