

## **Даны разъяснения по вопросу маркировки информации в качестве рекламы**

Сообщается, в частности, что не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на официальном сайте производителя или продавца данных товаров, а также на страницах производителя или продавца данных товаров в социальных сетях в Интернете, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или соответствующей страницы в социальной сети об ассортименте товаров, условиях их приобретения, ценах и скидках, правилах пользования, также не является рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией, и т.п.

В случае, если данные сведения направлены не столько на информирование потребителя о деятельности компании, сколько на привлечение внимания к конкретному лицу, его услуге и их выделение среди однородных работ, услуг (например, путем размещения стационарного баннера, размещаемого на каждой странице сайта и не связанного с содержанием таких страниц, всплывающего окна и т.п.), такая информация может быть признана рекламой, и на такую информацию распространяются требования Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе". По мнению ФАС России, аналогичный подход применяется и к информации о деятельности компании, размещаемой в социальных сетях.