



ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ  
СЛУЖБА  
(ФАС России)  
ЗАМЕСТИТЕЛЬ  
РУКОВОДИТЕЛЯ

Руководителям  
территориальных органов ФАС России

Садовая Кудринская, 11  
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993  
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24  
[delo@fas.gov.ru](mailto:delo@fas.gov.ru) <http://www.fas.gov.ru>

штамп  
регистрации № \_\_\_\_\_

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Об информации в информационно-  
телекоммуникационной сети  
«Интернет» по адресам:  
[www.avito.ru](http://www.avito.ru), [www.youla.ru](http://www.youla.ru)

ФАС России в соответствии с пунктом 62 Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2018 году, утвержденным приказом ФАС России от 19.04.2018 № 508/18, направляет разъяснение по вопросу разграничения объявлений частного характера, коммерческого характера и рекламы, размещаемой на интернет ресурсах в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресам: [www.avito.ru](http://www.avito.ru), [www.youla.ru](http://www.youla.ru).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – это товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Таким образом, рекламой признается информация, одним из признаков которой является направленность такой информации на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Пунктом 6 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» установлено, что указанный закон не распространяется на объявления физических и



юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

Таким образом, объявления физических лиц, связанные с продажей собственности, а также личных вещей не являются рекламой, так как не преследуют целей рекламы, следовательно требования Федерального закона «О рекламе» на такую информацию не распространяются.

Указанная позиция подтверждается также апелляционным определением Свердловского Областного суда от 1 марта 2018 г. №33а-3498/2018.

Кроме того, согласно пункту 3 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» данный федеральный закон не распространяется на 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.

По мнению специалистов ФАС России, информация, размещенная в справочно-каталожных изданиях, содержащая одинаковый набор сведений об организациях, и сгруппированная по определённым рубрикам, носит справочно-информационный характер, поскольку направлена на извещение потребителей о существовании того или иного хозяйствующего субъекта, а также обозначение осуществляемого им вида деятельности. Содержание информации едино для всех указанных юридических лиц во всех разделах каталога, что позволяет выполнять задачи, поставленные перед издателями каталога, а именно: систематизировать информацию о хозяйствующих субъектах по разделам и рубрикам каталога для облегчения поиска организаций, занимающихся тем или иным видом деятельности.

При размещении кратких, информационных сведений в справочных изданиях, такая задача, стоящая перед рекламой, как формирование и поддержание интереса к конкретному юридическому лицу и его товару, не выполняется, поскольку подобная информация, размещённая среди таких же, однородных, сведений многих юридических лиц не позволяет выделить какое-либо одно лицо, товар и сформировать к нему интерес.

Учитывая изложенное, информация, размещаемая на сайте бесплатных объявлений таких как [www.avito.ru](http://www.avito.ru), [www.youla.ru](http://www.youla.ru) носит справочно-информационный характер. Сведения о товарах (услугах), представленные на указанных сайтах в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», предназначены для информирования посетителей сайта о возможности и условиях их приобретения, соответственно, на такую информацию положения Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Также, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещённая 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 том числе не является рекламой информация о скидках или проводимых акциях, размещённая на сайтах, на которых аккумулируются и предлагаются различные купоны или билеты, позволяющие приобрести товар со скидкой. Данный подход подтверждается, в том числе судебной практикой, в частности, в решениях по делам № А40-137704/16-147-1190, № А38-3231/2016.

При этом отнесение какой-либо информации к рекламе или иной информации осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из содержания такой информации и всех обстоятельств её размещения.

Так, в исключительных случаях, когда размещаемая на сайте или странице в социальной сети информация направлена не столько на информирование потребителей о деятельности организации или реализуемых товарах, сколько на выделение определённых товаров или самой организации среди однородных товаров, организаций (например, в виде всплывающего баннера), такая информация может быть признана рекламой. Указанная позиция ранее также направлялась в адрес территориальных органов ФАС России письмом ФАС России от 28.08.2015 № АК/45828/15.

По мнению специалистов ФАС России, может относиться к рекламе, например, баннер с информацией о товаре (услуге) или ином объекте рекламирования, к которому привлекается интерес с целью продвижения данного объекта на рынке, «закреплённый» в определённом месте на сайте, который «остаётся» на данном месте независимо от перехода на различные страницы сайта, поскольку такая информация выделяет определённый объект рекламирования среди ряда однородных и формирует к нему интерес.

*Место для подписи*

А.Б. Кашеваров

Исп. Латыпова Асия Харисовна  
тел. 8(499)755-23-23 вн. 097-227