**Практическое занятие 4.**

**Закон «О Рекламе»**

**Цель работы:** изучить основы закона «О рекламе», научиться распоз-навать нарушения законодательства в рекламе.

**Рекомендуемая литература:**

Федеральный закон «О Рекламе» № 38-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями на 5 декабря 2022 : принят Государственной Думой 22 февраля 2006 г. : одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 г. – URL: https://www.zakonrf.info/zoreklame/ (дата обращения: 19.05.2022). – Текст : электронный.

**Краткие теоретические сведения**

В целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия.

Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту реклами-рования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юриди-ческого 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 [21].

*Товар* – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназ-наченный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

*Ненадлежащая реклама* – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

*Рекламодатель* – изготовитель или продавец товара либо иное опреде-лившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

*Рекламопроизводитель –* лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

*Рекламораспространитель* – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

*Потребители рекламы* – лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

*Спонсор* – лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предостав-ление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности.

*Спонсорская реклама* – реклама, распространяемая на условии обязатель-ного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре.

*Социальная реклама* – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

**Задания для самостоятельного выполнения**

1. Проанализируйте кейсы. Объясните, каким образом нарушается закон «О рекламе».

**Кейс № 1.** Росреестр обратился в ведомство с жалобой на рекламу услуг по предоставлению сведений из Единого государственного реестра недвижимости (ЕГРН), распространявшуюся в Google через сервис AdWords.

«Комиссия Федеральной антимонопольной службы России установила, что при наборе словосочетания «выписка из Росреестра» в поисковой системе «Google» отображаются объявления с пометкой «реклама» с предло-жением на платной основе предоставить выписки из ЕГРН», – сообщили в ФАС.

Там отметили, что по действующему законодательству предоставление сведений из ЕГРН является госуслугой, которую оказывает Росреестр или его территориальные управления, а оказание ее иными лицами не предусмотрено.

**Кейс № 2.** Рекламное сообщение «Лаборатории Касперского» распрост-ранялось с 1 июля 2018 г. по 18 сентября 2020 г. с помощью сервиса «Яндекс.Директ». С 12 августа 2020 г. стоимость программного обеспечения (ПО) Kaspersky Password Manager увеличилась до 900 руб. за лицензию на одного пользователя за один год. Но реклама с указанием его стоимости в размере 450 руб. продолжала распространяться и после изменения цены ПО.

**Кейс № 3.** В рекламной информации на сайте сервиса «Кинопоиск» указано, что подписчик сервиса может бесплатно смотреть сериалы по премиальной подписке 30 дней, но при переходе на сайт информация искажалась, «обещая зрителям всего лишь семь дней удовольствия», как написано на сайте ведомства.

**Кейс № 4.** В рекламе лекарственного препарата «Гексорал», распро-странявшейся в октябре 2018 г. в эфире телеканалов «ТВ-3», «Первый канал», СТС, Филипп Киркоров представляет препарат «Гексорал» как «Болезнеутешитель № 1».

**Кейс № 5.** В рекламе презервативов Durex сообщалось, что «практически каждый второй россиянин был заражен половой инфекцией» со сноской на «Методические рекомендации № 33 «Как родить здорового ребёнка» / Департамент здравоохранения г. Москвы…». Но в указанном источнике такие статистические сведения отсутствовали.

**Кейс № 6.** На рекламном билборде изображен автомобиль, который едет по встречной полосе [15].

**Контрольные вопросы**

1. Каковы цели Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»?

2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» рекламе НЕ распространяется на:

а) частные объявления;

б) политическую рекламу;

в) социальную рекламу;

г) сообщения органов государственной власти и других государст-венных органов;

д) информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке.

3. Как называется лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы?

4. Какая реклама считается недостоверной?

5. Каковы сроки хранения рекламных материалов?

6. Что не допускается рекламе?

7. Допускается ли реклама лекарственных средств, продуктов питания и средств гигиены с использованием несовершеннолетних?

8. Какие сведения о продавце должны быть указаны в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи?

9. Является ли рекламой светодинамическое оформление входа и примыкающей территории предприятия?

10. Является ли рекламой информация о товаре, его изготовителе, импортере или экспортере, размещенная на товаре?

11. Являются ли рекламой элементы оформления товара, помещенные на товар?

12. К какому типу рекламы относится информация, направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей?

13. Допускается ли в социальной рекламе упоминание о товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации?

14. Какова продолжительность упоминания о спонсорах в социальной рекламе, распространяемой в радиопрограммах?

15. Реклама каких товаров полностью запрещена?

16. Кто несет ответственность за размещение в рекламе недостоверной информации?

17. Как называется лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств?

18. Какие виды наказания возможны за нарушение Закона о рекламе?

19. Какая служба осуществляет государственный контроль за соблю-дением законодательства о рекламе?