

Исх. № 19 от 14.10.2022 года

Заместителю руководителя
Федеральной Антимонопольной Службы
Российской Федерации
Таукеновой К.М.

Уважаемая Карина Маратовна!

Сейчас весь рынок интерактивной рекламы напряженно работает над внедрением требований закона о маркировке интернет-рекламы в бизнес-процессы и стремится снять тревожность рекламодателей.

Один из неясных моментов связан с законными способами индивидуализации рекламодателя на рекламном формате.

В соответствии с п. 16 ст. 18.1 Федерального закона «О рекламе» «реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", должна содержать [пометку](#) "реклама", а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы».

Способ идентификации рекламодателя на рекламном формате вызывает большое количество вопросов со стороны участников рынка, приводит к появлению многочисленных противоречивых толкований и разъяснений. Отсутствует единообразие в подходах рекламодателей к идентификации рекламодателя на рекламном креативе, что приводит к спорадическим и хаотичным требованиям (запросам) от рекламодателей о массовых и срочных заменах креативов.

В соответствии с разделом 76 части 4 Гражданского кодекса РФ к средствам индивидуализации юридического лица относятся:

- фирменное наименование, зарегистрированное в Едином государственном реестре юридических лиц (в краткой или полной форме)
- отдельные элементы фирменного наименования, включенные в зарегистрированный товарный знак юридического лица.

В соответствии со ст.ст. 1474, 1476 ГК РФ у юридического лица возникают исключительные права на указанные выше средства индивидуализации. Средства индивидуализации являются объектами интеллектуальной собственности, не могут быть использованы другими лицами и защищаются в соответствии с нормами действующего законодательства.

Таким образом, по нашему мнению указание на креативе полного или краткого фирменного наименования рекламодателя или зарегистрированного рекламодателем товарного знака (включающего фирменное наименование или отдельные его элементы) является надлежащим способом индивидуализации рекламодателя в соответствии с п. 16 ст. 18.1 ФЗ «О рекламе».

Вместе с тем при государственной регистрации юридического лица и постановке юридического лица на налоговый учет, российскому юридическому лицу присваиваются дополнительные уникальные идентификаторы – основной государственный регистрационный номер (ОГРН) и идентификационный номер налогоплательщика (ИНН), которые у иностранных юридических лиц - рекламодателей отсутствуют.

Таким образом, для индивидуализации российских юридических лиц – рекламодателей на рекламном креативе дополнительно могут использоваться такие идентификаторы как ОГРН и ИНН, которые также являются уникальными и могут обеспечить надлежащее исполнение требований п. 16 ст. 18.1 ФЗ «О рекламе» в части указания рекламодателя на креативе.

В соответствии с прямым указанием п. 16 ст. 18.1 ФЗ «О рекламе» в качестве надлежащего средства индивидуализации юридического лица – рекламодателя также может быть указан его сайт/страница в сети Интернет, содержащая сведения о рекламодателе.

Учитывая изложенное, просим разъяснить участникам рынка, что в целях надлежащей индивидуализации рекламодателя на рекламном формате может использоваться любой из следующих реквизитов юридического лица:

1. полное наименование юридического лица в соответствии с уставом, зарегистрированное в ЕГРЮЛ
2. краткое наименование юридического лица в соответствии с уставом, зарегистрированное в ЕГРЮЛ
3. зарегистрированный товарный знак рекламодателя, содержащий наименование рекламодателя или отдельные его элементы
4. ОГРН
5. ИНН
6. сайт/страница в сети Интернет, содержащая любой из указанных выше реквизитов юридического лица-реklamодателя

Просим предоставить разъяснение от ФАС относительно законных способов индивидуализации рекламодателя на рекламном формате, на которое мы сможем ссылаться в процессе информирования и обучения рекламодателей на площадке АРИР.

С уважением,

Президент АРИР



Омельницкий Б.А.

Исполнитель:

Соколов А. А.

+7 925 272 78 77

a.sokolov@akarussia.ru