

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ДОБРОСОВЕСТНЫХ ПРАКТИК ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ РЕКЛАМЫ БЛОГЕРАМИ В ГОСУДАРСТВАХ-УЧАСТНИКАХ СНГ

Настоящие Основные принципы добросовестных практик при размещении рекламы блогерами (далее - «Основные принципы») представляют собой свод правил поведения блогеров при распространении рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для добровольного применения в государствах-участниках СНГ. Настоящие Основные принципы не препятствуют принятию и применению актов саморегулирования по вопросам распространения блогерами рекламы в государствах-участниках СНГ.

Практики, не включенные в настоящие Основные принципы, не могут быть признаны противоречащими принципам разумности, добросовестности и справедливости только по той причине, что такие практики не включены в Основные принципы или не полностью им соответствуют.

Основными целями настоящих Основных принципов являются:

- формирование практик деятельности блогеров, основанных на принципах добросовестности, при заключении и исполнении договоров и обеспечение баланса коммерческих интересов хозяйствующих субъектов в сфере рекламных и маркетинговых коммуникаций;
- создание условий для соблюдения всеми участниками рынка этических правил, законности и добросовестного подхода к распространяемой информации, развитию конкуренции на рынке.

Настоящие Основные принципы могут применяться блогерами и иными заинтересованными лицами в качестве акта саморегулирования.

ТЕРМИНЫ

Для целей применения настоящих Основных принципы используются следующие основные понятия:

- Блогер – лицо, размещающее в блоге, которым данное лицо владеет или который использует, регулярно обновляемый контент.
- Блог - канал, аккаунт, страница/сообщество в социальной сети, персональная страница на веб-сайте, сетевой ресурс, онлайн-дневник для регулярной публикации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» текстового и/или изобразительного контента, созданного в том числе с использованием технологий искусственного интеллекта или иного вида контента, с целью привлечения целевой аудитории.
- Контент - информация в текстовом, графическом, текстово-графическом, аудио, визуальном, аудиовизуальном формате, как созданная Блогером, так и представленная третьими лицами на основании договоров или иных соглашений, размещаемая Блогером в блоге, которым Блогер владеет или который использует, в любой форме, доступной широкому кругу лиц.

ИДЕНТИФИКАЦИЯ

- Блогер обязан соблюдать положения действующего законодательства, в том числе законодательства, регулирующего идентификацию распространяемого контента как рекламного, если он является таковым.

Реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", должна содержать четко и однозначно воспринимаемое указание на рекламный характер информации.

- Блогеру рекомендуется доступным для получателя информации способом указывать характер своих связей с лицом, имеющим интерес в размещении контента. Блогеру рекомендуется указывать данные рекламодателя, а также наличие иных связей (дружеских, рабочих, семейных и т.п.), которые могут повлиять на объективность восприятия потребителями высказываний Блогера (например, «хочу рассказать о бренде моей лучшей подруги» или «мне, как блогеру, неизвестно, хороший это товар или нет, но его делает мой родственник, поэтому я ему доверяю...» и т.п.).

ПРИНЦИПЫ УВАЖЕНИЯ К ЧЕСТНОЙ И ДОБРОСОВЕСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ

- Реклама, распространяемая Блогерами, должна соответствовать всем требованиям действующего законодательства, быть добросовестной, достоверной и этичной.
- С доходов, получаемых от размещения рекламы, Блогер должен уплачивать налоги.
- Рекламный контент должен соответствовать принципам честной конкуренции, общепринятым в деловом обороте и коммерческих отношениях.
- Существенные факторы, которые могут повлиять на решения потребителей, должны сообщаться в рекламе доступным для потребителя образом, чтобы потребители могли принять их во внимание.
- Контент Блогера не должен допускать неавторизованное копирование или имитацию рекламных сообщений других блогеров.
- При создании рекламного контента следует избегать некорректных или запрещенных законодательством сравнений рекламируемого товара с другими, находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Реклама не должна содержать некорректные сравнения, конструкции исключительности «номер один», «лучший», «самый успешный» и прочие, за исключением случаев указания критериев или параметров сравнения и наличия доказательств, подтверждающих корректность такого сравнения.
- Рекламный контент не должен порочить честь, достоинство или деловую репутацию третьих лиц, в том числе конкурентов.
- Реклама, размещаемая Блогером, должна носить достоверный характер. В случае выявления размещения недостоверной информации в контенте, размещенном в Блоге, Блогер принимает меры по удалению такой информации.

ПРИНЦИПЫ УВАЖЕНИЯ К НАДЛЕЖАЩИМ ОБЩЕСТВЕННЫМ ПРАКТИКАМ

- В рекламном контенте не допускается использовать нецензурную лексику, порочащие и/или оскорбляющие жесты, образы и/или иные формы оскорбления любых лиц.
- Рекламный контент не должен использовать обращение к суевериям для оказания воздействия.
- Рекламный контент должен распространяться с учетом знаний, опыта и аналитических способностей среднестатистического целевого потребителя, а также должны учитываться социальные, культурные, религиозные, этические и лингвистические особенности с целью избегания обмана и создания чрезмерных и необоснованных ожиданий потребителей. Предполагается, что потребители в целом обладают разумным опытом, знаниями и здравым смыслом, в разумной степени наблюдательны и осмотрительны, а специалисты или другие квалифицированные лица имеют соответствующий уровень специальных знаний и опыта в своих областях деятельности.
- При оценке контента, адресованного детям, следует учитывать их естественную доверчивость и неопытность. Рекомендуется подавать информацию четко и понятно для восприятия, а если соответствующий рекламный контент длительный по продолжительности, то юридически значимая информация может появляться несколько раз в течение соответствующей рекламы.
- Следует воздерживаться от рекомендации применения лекарственного препарата или биологически активных добавок, если Блогер не имеет специального медицинского или фармацевтического образования.
- Следует воздерживаться от рекомендаций в сфере финансовых услуг, если Блогер не имеет специального финансового или юридического образования.
- Цены на рекламируемый товар, работу или услугу не должны быть представлены таким образом, чтобы они приводили к нереалистичному восприятию стоимости или ценности продукта. Рекламный контент не должен подразумевать, что продвигаемый продукт доступен для любого семейного бюджета.
- Утверждения, подразумевающие, что товар или услуга не оказывают влияния или оказывают только положительное влияние на окружающую среду («экологически чистые», «экологически безопасные», «зеленые», «экологически устойчивые») не должны использоваться без информации, подтверждающей данные факты
- Реклама не должна распространять информацию о частной жизни лица, его персональные данные без согласия данного лица.
- При размещении рекламы требуется соблюдение авторских и смежных прав.
- Реклама должна содержать в себе всю информацию, условия и порядок действий, которые должен предпринять покупатель для того, чтобы воспользоваться специальными условиями, скидками, бонусами.
- Реклама не должна вводить потребителей в заблуждение относительно порядка их действий для получения специальных условий, скидок, бонусов.

ПРИНЦИПЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

- Рекламный контент должен разрабатываться и распространяться с учетом принципов социальной ответственности.

- Рекламный контент не должен создавать впечатление, что он оправдывает насилие, нарушение закона или антиобщественное поведение либо же подстрекает к нему.
- Содержание рекламного контента должно уважать человеческое достоинство и не должно поощрять или оправдывать никакие формы дискриминации, в том числе по признаку этнической или национальной принадлежности, религии, пола, возраста, физических ограничений.