**Особенности рекламы спонсора**

Согласно пункту 10 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» спонсорская реклама – это реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре.

При этом согласно пункту 9 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» под спонсором понимается лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление 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.

Соответственно, в спонсорской рекламе должно быть указано определённое физическое или юридическое лицо, то есть должно содержаться его наименование (фамилия, имя, отчество – для физических лиц) и указание на его организационно-правовую форму или указание на отнесение к организации, индивидуальному предпринимателю (например, использование слова «компания», «фирма», либо пометка «индивидуальный предприниматель», «предприниматель»).

Кроме того, по мнению специалистов ФАС России, в спонсорской рекламе указание на некое лицо как на спонсора может быть выполнено посредством использования как слова «спонсор», так и других слов, с помощью которых можно определить, что лицо содействовало проведению мероприятия, передачи, например «партнёр», «организатор», «устроитель» и прочее.