**Правоприменительная практика Омского УФАС России в сфере контроля законодательства Российской Федерации о рекламе**

Правоприменительная практика за 2017 год:

- всего рассмотрено 151 обращение граждан и юридических лиц;

- по обращениям заявителей возбуждено 25 дел по признакам нарушения законодательства о рекламе;

- по инициативе Омского УФАС России возбуждено 60 дел по признакам нарушения законодательства о рекламе;

- по результатам рассмотрения дел было выдано 36 предписаний о прекращении нарушений.

Омским УФАС России за рассматриваемый период возбуждено и рассмотрено 128 дел об административных правонарушениях, в том числе:

- 101 дело по статье 14.3 КоАП РФ (нарушение законодательства о рекламе);

- 5 дел по статье 19.8 КоАП РФ (непредставление информации);

- 7 дел по статье 14.38 КоАП РФ (размещение рекламы на опорах дорожных знаков);

- 15 дел по статье 20.25 КоАП РФ (неуплата административного штрафа).

Всего Омским УФАС России привлечено к административной ответственности 94 лица, общая сумма наложенных штрафов составляет 2 431 000 рублей.

Типовые нарушения законодательства о рекламе:

- ненадлежащая реклама финансовых услуг - 28 %;

- распространение смс – рекламы без согласия абонента – 24 %;

- ненадлежащая реклама медицинских услуг – 23 %;

- недобросовестная и недостоверная реклама – 18 %;

- иная реклама – 7 %.

**Примеры типовых нарушений**

1. Ненадлежащая реклама финансовых услуг

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Омским УФАС России 06.09.2017 был выявлен факт распространения на фасаде жилого дома рекламы *«Ломбард Низкие процентные ставки (от 0,2 %) комиссионный магазин Принимаем все».*

Ломбард как хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в силу [пункта 6 статьи 4](consultantplus://offline/ref=E09D322E4DBC583D8E001CC101AC0AFE6F2E0366CED6138444565F16BEC3EFF4094229C3F2C4RFG) «О защите конкуренции» является финансовой организацией.

В силу статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации наименование юридического лица, являющегося коммерческой организацией, должно содержать его фирменное наименование и указание на его организационно-правовую форму.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

На момент фиксации факта распространения рекламы информация, предусмотренная частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» в рекламе отсутствовала.

Кроме того, в силу части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные [условия](consultantplus://offline/ref=616C10DBCA619997485181971770D5D4C315C5301A8121BE1A582333E5BCC21A229B6AEB9B56F1F6n6p1G), определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным [законом](consultantplus://offline/ref=616C10DBCA619997485181971770D5D4C016C234198021BE1A582333E5BCC21A229B6AEB9B56F1F7n6p4G) «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

В указанной рекламе содержалась информация только об одном условии договора займа - процентной ставке («*от 0,2 % »).*

На основании части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой [отсутствует](consultantplus://offline/ref=5B73A4171E6B6FF6BBDCBB6CEBF189A947E4B59504186E1E98754C7AF8630CA805286DF9842F2B934AD6J) часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

По результатам рассмотрения дела Комиссия Омского УФАС России признала указанную рекламу ненадлежащей, однако в связи добровольным устранением нарушения решила не выдавать ломбарду соответствующее предписание. Одновременно материалы дела были переданы должностному лицу для возбуждения в отношении нарушителя дела об административном правонарушении.

1. Распространение смс-спама

Одним из наиболее распространенных нарушений в сфере рекламы является распространение смс-спама. Типичный пример подобного дела.

В адрес Омского УФАС России из ФАС России поступили заявления гражданина по фактам направления отправителем pochtabank.ru рекламных смс-сообщений, согласия на получение которых заявитель не давал, что является нарушением требования части 1 статьи 18 Закона «О рекламе», в силу которой распространение рекламы посредством радиотелефонной связи допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.

При этом именно на рекламораспространителя возложена обязанность доказать наличие согласия абонента на получение рекламы, и именно он несет ответственность за распространение ненадлежащей рекламы.

При рассмотрении данных заявлений было установлено, что отправителем смс-сообщений является один из Банков России.

В ответ на запрос Омского УФАС России Банк пояснил, что не располагает согласием абонента на получение рекламы.

Решением Комиссия Омского УФАС России действия Банка были признаны нарушающими требования части 1 статьи 18 Закона «О рекламе» при распространении рекламной информации посредством смс-сообщений в адрес заявителя.

В связи с устранением нарушения в добровольном порядке (исключении номера абонента из базы рассылки) предписание Банку не выдавалось, Банк также был привлечен к административной ответственности в виде штрафа.

3. Ненадлежащая реклама медицинских услуг.

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Омским УФАС России был выявлен факт распространения на баннерах, размещенных на фасаде жилого дома,информации: *«Клиника \*\*\**

*ВСЕ ВИДЫ ЛЕЧЕНИЯ ЗУБОВ*

*√ имплантация и удаление*

*√ современное протезирование*

*√ установка брекетов*

*ВСЕ ВИДЫ ЛЕЧЕНИЯ ЗУБОВ*

*тел:\*\*\**

*МЫ ОТКРЫЛИСЬ!».*

Распространенная информацияподпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к стоматологической клинике и оказываемым в ней медицинским услугам.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Указанные в данной рекламе услуги стоматологической клиники в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 года № 1664н,относятся к медицинским услугам, следовательно, реклама таких услуг должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

На момент выявления факта распространения рекламы предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», в вышеуказанной рекламе отсутствовало.

По результатам рассмотрения дела Комиссия Омского УФАС России признала указанную рекламу ненадлежащей, однако в связи добровольным устранением нарушения решила не выдавать клинике соответствующего предписания. Одновременно материалы дела были переданы должностному лицу для возбуждения в отношение нарушителя дела об административном правонарушении.

1. Недобросовестная реклама

В адрес Омского УФАС России поступило обращение физического лица по факту нарушения одной управляющей компанией положений Федерального «О рекламе», выраженного в размещении на платежных квитанциях, поступивших в адрес заявителя, рекламы «*Фабрика \*\*\**».

Согласно [части 11 статьи 5](consultantplus://offline/ref=53B6D24AD44A31C427F10B52C4AA2EF5FD2738CF2A0276FE6FDEB6D670004F8D85E4CBA935E) Федерального закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Пунктом 69 Правил предоставления коммунальных услуг, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 № 354 «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домах», определены требования к содержанию информации, которая указывается в платежном документе. Размещение рекламы на платежных документах по оплате коммунальных услуг вышеуказанными Правилами не предусматривается.

Таким образом, упомянутая реклама, размещенная управляющей компанией на оборотной стороне квитанции по оплате коммунальных услуг за сентябрь 2017 года, противоречила пункту 69 вышеуказанных Правил и нарушала требование [части 11 статьи 5](consultantplus://offline/ref=53B6D24AD44A31C427F10B52C4AA2EF5FD2738CF2A0276FE6FDEB6D670004F8D85E4CBA935E) Федерального закона «О рекламе».

По результатам рассмотрения дела Комиссия Омского УФАС России признала подобный способ распространения рекламы не соответствующим требованиям законодательства, управляющей компании было выдано предписание о прекращении нарушения.