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

Правоприменительная практика за январь – февраль 2018 года:

- всего рассмотрено 28 обращений граждан и юридических лиц;

- по обращениям заявителей возбуждено 5 дел по признакам нарушения законодательства о рекламе;

- по инициативе Омского УФАС России возбуждено 11 дел по признакам нарушения законодательства о рекламе;

- по результатам рассмотрения 12 дел Омским УФАС России было выдано 4 предписания о прекращении нарушений.

Омским УФАС России за рассматриваемый период возбуждено и рассмотрено 25 дел об административных правонарушениях, в том числе:

- 18 дел по статье 14.3 КоАП РФ (нарушение законодательства о рекламе);

- 4 дела по статье 19.8 КоАП РФ (непредставление информации);

- 1 дело по статье 14.38 КоАП РФ (размещение рекламы на опорах дорожных знаков);

- 2 дела по статье 20.25 КоАП РФ (неуплата административного штрафа).

**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. Комиссионный магазин Высокая оценка без штрафов. Принимаем золото, бытовую технику. Займ до 60 дней от 0,2 % в день».*

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.

Кроме того, в силу части 1 статьи 68 Конституции Российской Федерации [государственным языком](consultantplus://offline/ref=7DF9EAA589025731D15FDB56620785E4C440EBD3CE6FF6DCF8E513707Fl0OFM) Российской Федерации на всей ее территории является русский язык.

В вышеуказанной рекламе было допущено нарушение орфографических норм при написании слова «заём».

Согласно нормам современного русского языка слово «заём» в именительном падеже единственного числа пишется через букву «ё».

Таким образом, неправильное написание слов в рекламе, противоречащее нормам русского языка, недопустимо и свидетельствует о признаках нарушения части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с которой при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

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 неизвестным отправителем рекламного смс-сообщения *«Коррекция одометра пробега на авто. Выезд. тел. \*\*\*»*, согласия на получение которого 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 данного заявления было установлено, что отправителем смс-сообщений является юридическое лицо (г.Москва).

На запрос Омского УФАС России указанное лицо каких-либо пояснений по данному факту не представило.

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

В связи с пояснениями сотового оператора о приостановлении указания услуг связи данному нарушителю предписание по делу не выдавалось.

Учитывая что юридическим адресом нарушителя является г.Москва, материалы дела были направлены в Московское УФАС России для принятия решения о возбуждении в отношении него дела об административном правонарушении.

1. **Ненадлежащая реклама медицинских услуг**

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Омским УФАС России был установлен факт распространения на рекламной конструкции следующей рекламы «*ООО «\*\*\*» Зубные протезы, лечение удаление. Коронка металлическая 1200 Коронка металлокерамическая 3 000 4-я Челюскинцев, 115».*

Согласно Номенклатуре медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития России от 27.12.2011 № 1664н, такие услуги как лечение и удаление зубов отнесены к медицинским услугам, представляющих собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

В соответствии с Номенклатурной классификацией медицинских изделий, утвержденной приказом Минздрава России от 06.06.2012 № 4н, зубные протезы и коронки относятся к стоматологическим медицинским изделиям.

На основании части 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, при этом предупреждению должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

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.