



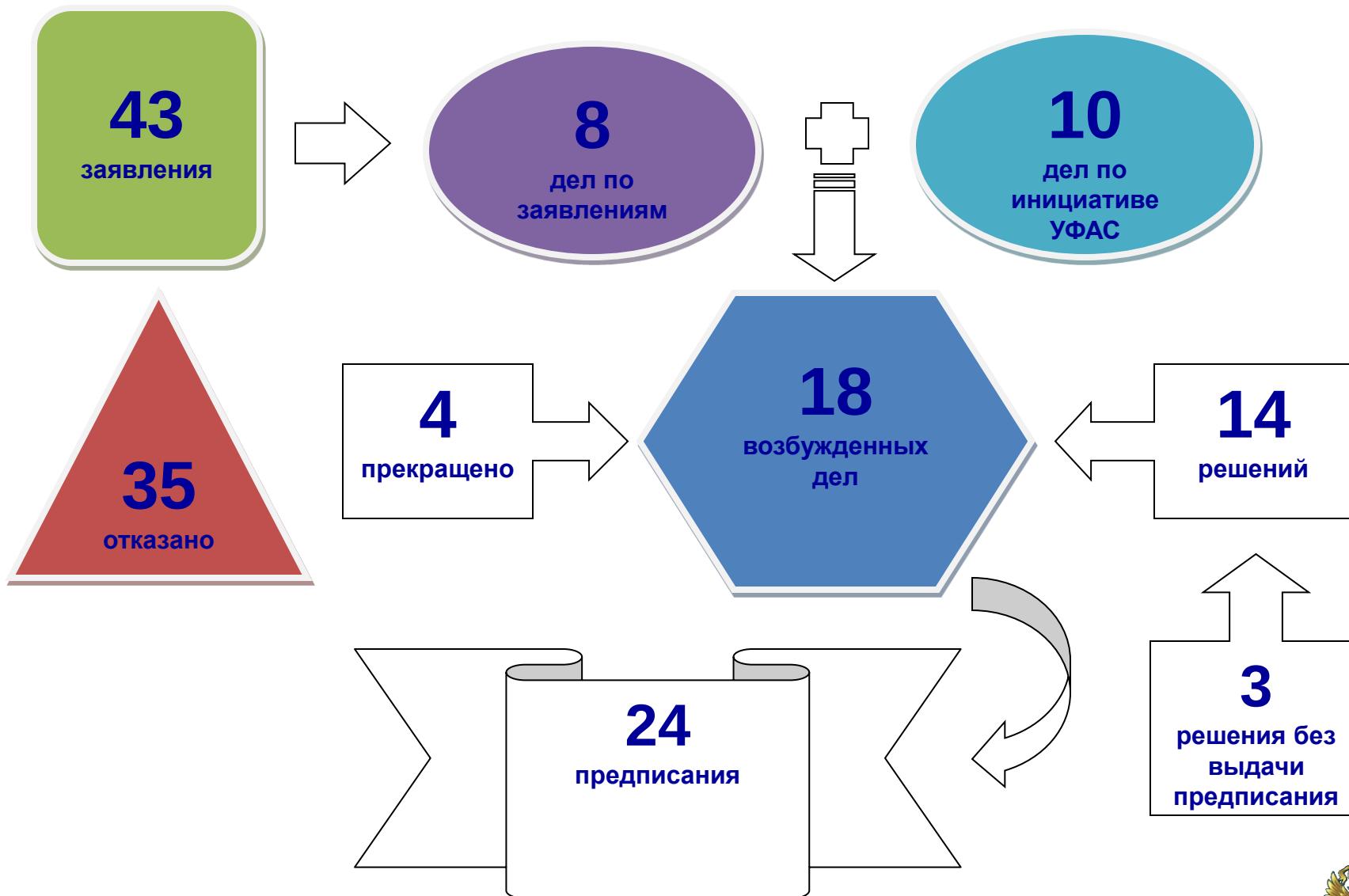
*«Свобода конкуренции и эффективная  
защита предпринимательства ради  
будущего России»*

# **Итоги работы Мордовского УФАС России по выявлению нарушений законодательства о рекламе и применения мер административной ответственности за 2019 год**

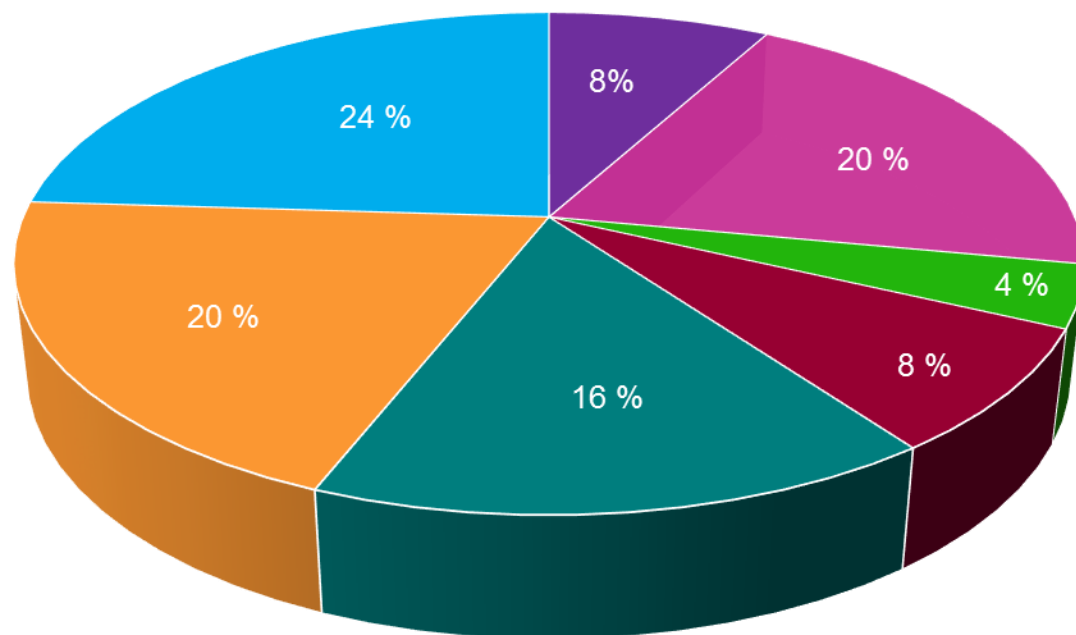
**Васенкина Л.В.**  
главный государственный инспектор  
Мордовского УФАС России

**Саранск, 28 февраля 2020 года**

## Статистика итогов госконтроля в сфере рекламы



## Структура нарушений (в процентах) законодательства о рекламе



■ ч. 3 ст.5 ФЗ "О рекламе"

■ ч. 7 ст. 5 ФЗ "О рекламе"

■ ч. 10.3 ст. 5 ФЗ "О рекламе"

■ ст. 7 ФЗ "О рекламе"

■ ч.1, 2 ст. 18 ФЗ "О рекламе"

■ ч. 7 ст. 24 ФЗ "О рекламе"

■ ч. 1-3, 13 ст. 28 ФЗ "О рекламе"



## Применение мер административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе



**Нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой административную ответственность**

За **2019 год** по выявленным фактам нарушения законодательства о рекламе возбуждено производство *18 дел об административных правонарушениях по статье 14.3 КоАП РФ* и применены меры административной ответственности:

- в отношении 5 юридических лиц, 2 должностных лиц и 3 граждан вынесено 10 постановлений о наложении штрафа на общую сумму 720 000 рублей;
- в отношении 3 ИП и 5 юридических лиц, относящихся к СМП и впервые совершивших нарушение законодательства о рекламе, вынесено 8 постановлений с предупреждениями.



*Частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ предусмотрено наложение двукратного размера суммы неуплаченного в срок административного штрафа:*

- в отношении 1 юридического лица антимонопольным органом составлен протокол об административном правонарушении, переданный на рассмотрение мировому судье, вынесшему постановление о наложении административного штрафа в сумме 100 000 рублей.



## Судебная практика Мордовского УФАС России



За 2019 год в судебном порядке:

оспорено 1 решение о признании нарушений законодательства о рекламе, 1 решение об отказе в возбуждении дела, обжалован 1 отказ в предоставлении рассрочки административного штрафа.

### **А39-6133/2018:**

*- на рекламодателя не возлагается обязанность указывать категорию информационной продукции в рекламе радиоканала, не содержащей в себе рекламы конкретной информационной продукции указанного радиоканала.*

### **А39-1120/2018:**

*- антимонопольный орган вправе отказать в возбуждении дела в случае отсутствия признаков нарушения законодательства о рекламе;  
- отказ антимонопольного органа в возбуждении дела соответствовал действующему законодательству, и не нарушал права и интересы заявителя жалобы;  
- ссылка заявителя жалобы на судебную практику по другим делам не может быть принята во внимание, поскольку в настоящем деле установлены иные фактические обстоятельства.*

### **А39-1083/2018:**

*отказ антимонопольного органа в предоставлении рассрочки обоснованный: юридическое лицо на момент обращения за рассрочкой находилось в стадии реорганизации, в связи с чем была велика вероятность неуплаты штрафа; применение рассрочки могло привести к затягиванию исполнительного производства и способно нарушить баланс общественных интересов об обязательности исполнения административного штрафа, что противоречит принципам неотвратимости административного наказания.*



## Примеры дел, характеризующие структуру нарушений законодательства о рекламе

### 1. Реклама медицинской деятельности в отсутствии соответствующей лицензии (нарушение п.7 ст.7 ФЗ «О рекламе»):

- реклама медицинских услуг распространялась до того, как медицинская организация получила лицензию на осуществление медицинской деятельности в рекламируемом месте;
- продавец очков, не имеющий лицензии на осуществление медицинской деятельности, предлагал в рекламе услуги по проверке зрения.

### 2. Реклама нелегального кредитора (нарушение ч.1, ч.13 ст.28 ФЗ «О рекламе»):

- в рекламе предлагалась помощь в получении кредита без сведений о наименовании лица, оказывающего услуги кредитования, и такая реклама распространялась в интересах физического лица, не осуществляющего профессиональную деятельность по предоставлению потребительских кредитов (займов).

### 3. Реклама скидок на ОСАГО с отсутствующей в ней частью существенной информацией, замалчивающей наименование страховщика (нарушение ч.3, ч.7 ст.5, ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе»):

- в рекламе предлагались не существующие в действительности скидки на ОСАГО и замалчивалась существенная информация о том, что страховые услуги предоставляются опосредованно через агента, действующего в интересах страховщика, наименование которого в рекламе отсутствовало.

### 4. Несанкционированная рассылка СМС-рекламы по сетям электросвязи (нарушение ч.1 ст.18 ФЗ «О рекламе»):

- СМС-реклама доставлена на абонентский номер гражданина без его предварительного согласия на получение такой рекламы.



## Как правильно подать жалобу на несанкционированную рекламу

Заявление подается в письменной форме, в котором должны содержаться сведения:

- наименование и местонахождение заявителя (для физических лиц – Ф.И.О., место жительства);
- наименование рекламодателя (рекламопроизводителя, рекламораспространителя), действия которого содержат признаки нарушения законодательства о рекламе;
- описание фактов, свидетельствующих о признаках нарушения законодательства о рекламе, с указанием способа, места и времени распространения рекламы;
- требования заявителя.

В случае невозможности предоставления доказательств, свидетельствующих о признаках нарушения законодательства о рекламе, заявитель вправе указать лицо, от которого могут быть получены такие доказательства.



Антимонопольный орган не может самостоятельно получить информацию о поступлении абоненту СМС-сообщения, телефонного звонка или push-уведомления, в т.ч. их изображение или аудиозапись телефонного разговора, сведения об отсутствии согласия абонента на получение рекламы указанными способами.

### **Заявителю НЕОБХОДИМО предоставить:**

- сведения о периоде (дата, время) поступления рекламы;
- сведения о номерах телефонов, на который поступала и с которого направлялась реклама;
- фотографию (скрин-шот) рекламного сообщения с экрана мобильного телефона либо аудиозапись телефонного разговора;
- в письменной форме согласие на раскрытие тайны связи, удостоверенное личной подписью, на получение антимонопольным органом необходимых сведений от оператора связи:

«Я, ФИО, серия и номер паспорта, даю согласие на получение ФАС России (а в случае необходимости и ее территориальными органами) информации о детализации счета, телефонных соединениях, СМС-сообщениях, иных переданных данных дата/период поступления данных на/от абонентский номер телефона в сети оператора связи (название оператора связи)».



## Экспертный совет по применению законодательства о рекламе при Мордовском УФАС России



**В 2019 году проведено 3 заседания Экспертного совета, на которых рассматривались вопросы, касающиеся:**

- подведения итогов работы Мордовского УФАС России по государственному надзору за соблюдением законодательства о рекламе, приуроченного к 15-летию с момента создания ФАС России;
- проблем и перспектив развития регионального саморегулирования рекламной отрасли, возможности создания в Республике Мордовия саморегулируемой организации в сфере рекламы;
- особенностей действия запрета на размещение рекламы на платежных документах для внесения платы за жилое помещение и коммунальные услуги;
- проблемных аспектов регионального рынка наружной рекламы;
- оценки этичности в рекламе;
- формирования в рекламе негативного отношения к лицам, не пользующимся рекламируемым товаром.





[www.mordovia.fas.gov.ru](http://www.mordovia.fas.gov.ru)



[instagram.com/mordovskoe\\_ufas/](https://www.instagram.com/mordovskoe_ufas/)



[mordovia\\_fas](https://twitter.com/mordovia_fas)

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !**

