

Итоги осуществления Мордовским УФАС России государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе за 2021 год

Общая структура нарушений

В 2021 году Мордовское УФАС России рассмотрело 34 заявления (в 2020 году - 25 заявлений) с претензиями к несоответствию рекламы обязательным требованиям, по результатам рассмотрения которых по 23 заявлениям (в 2020 году – по 15 заявлениям) нарушения рекламного законодательства не подтвердились, в связи с чем было отказано в возбуждении дела, и по 11 заявлениям (в 2020 году – по 10 заявлениям) возбуждено 11 дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (в 2020 году – 10 дел). Также возбуждено 5 дел по инициативе территориального антимонопольного органа (в 2020 году – 1 дело). В результате проделанной работы всего возбуждено 16 дел по фактам нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, в ходе рассмотрения которых пресечено 28 нарушений (в 2020 году - 12 дел и 17 нарушений).

В зависимости от характера нарушения и его негативных последствий для конкуренции, потребителей и общества в целом территориальный антимонопольный орган применяет к нарушителям меры административного наказания и административного воздействия.

Так, Мордовским УФАС России в 2021 году по выявленным фактам нарушения законодательства о рекламе, в рамках санкций статьи 14.3 КоАП РФ, части 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ, части 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ, части 6 статьи 19.8 КоАП РФ, возбуждено производство 17 дел об административных правонарушениях (в 2020 году – 8 дел). По результатам таких дел вынесено 4 постановления о наложении штрафа на сумму 405000 рублей (в 2020 году 2 постановления на сумму 104000 рублей), в том числе 1 постановление за неисполнение предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе на сумму 300000 рублей, а также 11 постановлений с предупреждениями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, относящихся к субъектам малого и среднего бизнеса, и впервые совершивших нарушение законодательства о рекламе (в 2020 году 6 постановлений), 1 постановление о прекращении производства по делу в связи с малозначительностью административного правонарушения, 1 постановление о прекращении производства по делу в связи с отсутствием события административного правонарушения.

В соответствии с Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принято 16 решений о признании распространявшейся рекламы ненадлежащей, на основании которых выдано 17 предписаний о прекращении нарушения законодательства о рекламе (в 2020 году – 11 решений, 11 предписаний).

В 2021 году наибольшее количество выявленных нарушений приходится на рекламу финансовых услуг – 25% от всех выявленных нарушений (в 2020 году данные нарушения составили 23,5%).

Также высокий процент выявленных нарушений зафиксирован при распространении несанкционированной рекламы по сетям электросвязи – 21,4%, хотя он существенно снижен по сравнению с предыдущим годом (в 2020 году такие нарушения составили 47,1% от всех выявленных нарушений).

Заметно увеличение недостоверной рекламы – 17,9% (в 2020 году данные нарушения составили 5,9%).

Отмечается сохранение количества нарушений при размещении рекламы алкогольной продукции в запрещенных местах и без предупреждения о вреде потребления алкоголя – 10,7% (в 2020 году – 11,8%).

В 2021 году зафиксированы случаи рекламы, вводящей в заблуждение из-за отсутствия в ней существенной для потребителей информации, - 10,7%, запрещенных к рекламе товаров - 10,7%, рекламы товаров с недопустимой демонстрацией потребления алкоголя - 3,6% (в 2020 году таких нарушений не выявлено).

Диаграмма 1. Статистика нарушений законодательства о рекламе за 2021 год.



*Характеристика отдельных нарушений
законодательства Российской Федерации о рекламе*

В 2021 году Мордовским УФАС России были выявлены факты распространения в городе Саранске наружной рекламы продавца пива, деятельность которого продвигалась под наименованием на иностранном языке, сопровождаемым изображением бокала с напитком в руке человека и лозунгом «Попробуй что-то новое!». Пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» установлен запрет на размещение рекламы алкоголя на рекламных конструкциях, который, в силу положений части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе», распространяется и на рекламу продавца алкогольной продукции, к которой относится пиво. Вместе с тем, потребителями рекламы выступают все граждане, как обладающие, так и не обладающие знаниями иностранных языков, поэтому для последних используемое в рекламе наименование продавца пива на иностранном языке без его перевода на русский язык способно привести к неполному уяснению используемых слов и выражений, что приводит к искажению смысла рекламной информации, не допустимому пунктом 1 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Также пунктом 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлен запрет на демонстрацию в рекламе процесса потребления алкоголя (пива), в данном случае опосредованного через визуализацию изображения бокала с напитком в руке человека. Совокупность рассмотренных обстоятельств послужила основанием для признания наружной рекламы продавца пива ненадлежащей, нарушающей требования пунктов 1 и 3 части 5 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе». Рекламодателю и рекламораспространителю, которыми выступили Индивидуальные предприниматели, выданы предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, исполненные в установленные сроки, и в отношении таких лиц, относящихся к субъектам малого предпринимательства и впервые совершивших нарушение рекламного законодательства, применены меры административного наказания в виде предупреждения.

Показательной является практика пресечения рекламы вэйп-продавца. Действующим законодательством установлен прямой запрет на привлечение внимания потребителей не только к определенному объекту рекламирования – товарам для

курения, но и непосредственно к продавцу таких товаров. Поводом для возбуждения дела послужил размещавшийся недалеко от специализированной торговой точки выносной стендер с рекламной информацией о продавце «SCARY VAPESHOP», призывающем «ЗАХОДИ», а также предлагающем «все только актуальное» и «скидки до 20%». Было установлено, что посредством такой рекламы продвигается деятельность Индивидуального предпринимателя, специализирующегося на продаже никотиновых и без никотиновых жидкостей, курительных устройств, компонентов и расходных материалов к курительным устройствам. По итогам рассмотрения дела распространявшаяся реклама продавца электронных сигарет (вэйпов) признана ненадлежащей, нарушающей требования пункта 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе». Рекламодателю и рекламораспространителю, которым выступил осуществляющий рекламируемую торговую деятельность Индивидуальный предприниматель, выдано предписание об устранении допущенного нарушения, исполненное в установленные сроки. К правонарушителю, относящемуся к субъектам малого предпринимательства и впервые совершившему нарушение рекламного законодательства, применена мера административного наказания в виде предупреждения.

В 2021 году Мордовским УФАС России продолжена практика усиления контроля за рекламой финансовых услуг и финансовой деятельности:

распространявшаяся в г. Саранске наружная реклама автоломбарда ООО «Городской ломбард» с обещанием «Даем деньги под залог Вашего авто Срочный выкуп Вашего авто Индивидуальный подход», в которой сообщались не соответствующие действительности сведения об автоломбарде, как о продавце финансовых услуг, одновременно предоставляющем услуги срочного выкупа авто, которые такой специализированной организации запрещено оказывать, признана ненадлежащей, нарушающей требования пункта 20 части 3 статьи 5, пункта 1 статьи 7 Федерального закона «О рекламе». Рекламодателю и рекламораспространителю - ООО «Городской ломбард» предписание не выдавалось по причине добровольного устранения допущенного нарушения, и в отношении него, как субъекта МСП, впервые совершившего нарушение рекламного законодательства, применено административное наказание в виде предупреждения;

распространявшаяся в социальной сети ВКонтакте реклама «Финансовый сервис ваш кредитный брокер» с предложением кредита и займов, в которой сообщались не соответствующие действительности сведения о продавце, не являющемся профессиональным участником финансового рынка, и существовании оказываемых им услуг, а также о возможности приобретения рекламируемых услуг в офисе такого продавца, поскольку потребители, желающие воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами и обратившиеся с этой целью в Компанию «Финансовый сервис ваш кредитный брокер», фактически не могли приобрести объект рекламирования напрямую у данного продавца, самостоятельно не предоставляющего кредиты и займы, признана ненадлежащей, нарушающей требования пунктов 3 и 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 и 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе». Рекламодателям - ООО «Финсервис» и его партнеру – физическому лицу, действовавшему на территории г. Саранска от имени и в интересах Общества, выданы предписания о прекращении нарушения. Предписание также выдано и администратору социальной сети ООО «В контакте» как лицу, способному прекратить дальнейшее распространение ненадлежащей рекламы. Предписания исполнены в установленные сроки. Виновные лица привлечены к административной ответственности: ООО «Финсервис», как субъекту МСП, впервые совершившему нарушение рекламного законодательства, выдано предупреждение, физическому лицу назначен административный штраф в размере 2000 рублей;

пресечено распространение в г. Саранске рекламы «Народный капитал» с предложением программ по приему сбережений под проценты, размещавшейся в наружном оформлении офиса и в региональных рекламных блоках телеканала «Первый», посредством которой продвигалась деятельность Потребительского кооператива по развитию экономических и социальных программ для пайщиков «Народный капитал», не являющегося кредитным потребительским кооперативом. В рекламе сообщались не соответствующие действительности сведения о Кооперативе, как о продавце финансовых услуг по приему сбережений под проценты, сулящем гарантии защиты и застрахованности таких сбережений, а также вводящие в заблуждение из-за отсутствия в ней существенной части информации о том, что в действительности программы «Народный капитал» распространяются только на

пайщиков кооператива, предусматривающих внесение добровольных паевых взносов, которые составляют один из источников имущества кооператива, формируют собственность кооператива для ведения им уставной, осуществляемой на свой риск, деятельности. По обстоятельствам распространения указанной рекламы в наружном оформлении офиса «Народный капитал» принято решение Мордовского УФАС России о признании такой рекламы ненадлежащей, нарушающей требования пунктов 3, 6, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», и при этом рекламодателю – ПК «Народный капитал» выдано предписание о прекращении допущенного нарушения. Следует отметить, что ПК «Народный капитал», не исполнивший в установленные сроки такое предписание, привлечен к административной ответственности по части 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ в виде штрафа в размере 300000 рублей. Вместе с тем, по обстоятельствам распространения указанной рекламы в региональных рекламных блоках телеканала «Первый» принято решение Мордовского УФАС России о признании такой рекламы ненадлежащей, нарушающей требования пунктов 3, 6, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе». В данном случае меры пресечения предприняты как в отношении рекламодателя - ПК «Народный капитал», так и в отношении рекламораспространителя - АО «Первый канал». По совокупности установленных обстоятельств правонарушитель ПК «Народный капитал», как субъект МСП, впервые совершивший нарушение рекламного законодательства, привлечен к административной ответственности в виде предупреждения.

В 2021 году Мордовское УФАС России, в рамках исполнения поручений ФАС России о рассмотрении обращений граждан с претензиями к несанкционированной СМС-рекламе и голосовой рекламе, доставляемой по сетями электросвязи с нарушением части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», сформировало положительную судебную практику, закрепляющую модель эффективного государственного надзора в сфере рекламы по данной категории дел. Решением территориального антимонопольного органа была признана ненадлежащей реклама услуг домашнего Интернета и телевидения на специальных условиях со скидкой до 50% от Компании ОнЛайн-Ростелеком, распространенная по сети подвижной радиотелефонной связи в г. Москва 09.02.2021 в 15:52 с применением дозванивания с

номера (Ростелеком) на номер (МегаФон) без предварительного согласия абонента на получение такой рекламы, что нарушает требования части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе». Рекламораспространителям - ПАО «Ростелеком» и его агенту Индивидуальному предпринимателю выданы предписания о прекращении допущенного нарушения рекламного законодательства, исполненные в установленные сроки. Несмотря на исполнение предписания, ПАО «Ростелеком» оспорило решение антимонопольного органа в судебном порядке, считая его незаконным и необоснованным, поскольку, по его мнению, доведённая до сведения абонента информация о рекламируемых услугах в общих выражениях, не позволяющих идентифицировать объект рекламы, не являлась рекламой, ПАО «Ростелеком» является заказчиком рекламы, директ-маркетинг проводился его агентом, Общество не может нести ответственность за действия агента, Общество предоставило агенту абонентский номер, но само не рекламировало услуги, поэтому не является рекламораспространителем и в его действиях отсутствует нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Однако, Арбитражный суд Республики Мордовия отклонил заявленные ПАО «Ростелеком» доводы, и в своем решении по делу № А39-8725/2021 указал на следующее. Факт распространения Обществом рекламы по сетям электросвязи без предварительного согласия абонента и нарушение тем самым требований части 1 статьи 18 Федерального закона о рекламе при обстоятельствах, подробно указанных в оспариваемом решении, подтверждается материалами дела и сомнения в достоверности не вызывает. Антимонопольный орган доказал факт нарушения Обществом требований части 1 статьи 18 Федерального закона о рекламе (обстоятельства дела и доказательства раскрыты в оспариваемом решении) и привёл в оспариваемом решении исчерпывающее обоснование своего решения, с которым арбитражный суд согласен. Оспариваемое решение соответствует закону и не нарушает права и законные интересы заявителя. Доводы заявителя, что его агент довёл до сведения абонента информацию о рекламируемых услугах в общих выражениях, не позволяющих идентифицировать объект рекламы, и такая информация не являлась рекламой, отклоняются. Посредством телефонного звонка до сведения абонента доведена информация о предоставлении Компанией ОнЛайн-Ростелеком всем новым абонентам домашнего Интернета и телевидения на специальных условиях со скидкой до 50%, что подтверждается имеющейся в деле аудиозаписью

телефонного разговора и заявителем не отрицается. Информация была направлена на привлечение внимания к услугам связи, формирование или поддержание интереса к таким услугам, их продвижение на рынке и, исходя из понятий «реклама», «объект рекламирования» и «товар», данных в пунктах 1-3 статьи 3 Федерального закона о рекламе, распространённая информация являлась рекламой. Доводы заявителя, что он является заказчиком рекламы, директ-маркетинг проводился его агентом, он не может нести ответственность за действия агента, он предоставил агенту абонентский номер, но сам не рекламировал услуги, он не является рекламодателем и в его действиях отсутствует нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, также отклоняются. Агент заявителя проводил директ-маркетинг и распространял рекламу по поручению и от имени заявителя, тем самым заявитель через своего агента осуществлял распространение рекламы и, исходя из понятия «рекламодатель», данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона о рекламе, заявитель являлся рекламодателем. Доводы заявителя сводятся в целом к иной оценке доказательств и не могут послужить поводом для признания оспариваемого решения недействительным (незаконным). Вердикт суда первой инстанции не обжаловался и вступил в законную силу. Тем самым судебной практикой подтверждена позиция Мордовского УФАС России, сводящаяся к тому, что ПАО «Ростелеком», являющееся инициатором исходящего обзвона, не оказывало своему агенту услуги связи, а использовало его агентские услуги в рамках Агентского договора для организации и проведения рассматриваемого исходящего обзвона по поручению от имени и за счет ПАО «Ростелеком». При этом сторонами Агентского договора абоненты не конкретизировались, а лишь был очерчен общий критерий - потенциальные клиенты, проживающие в г. Москва и Московской области, то есть любые абоненты на территории столичного региона, идентификация которых до совершения исходящего обзвона не производилась и которыми волеизъявление на получение рекламы от конкретного рекламодателя не выражалось. Вместе с тем, запрос согласия на прослушивание рекламного предложения на начальном этапе общения, предусмотренный Сценарием для продажи продуктов ПАО «Ростелеком», не может быть расценен как наличие надлежащего предварительного согласия неустановленного лица – абонента, которому осуществлен дозвон, на получение рекламы.

Сформированная судебная практика является показательным примером доказывания статуса конкретного лица, в рассматриваемом случае оператора связи, в качестве рекламодателя, а также обоснования отсутствия предварительного согласия абонента на доведение до его сведения рекламы до поступления телефонного звонка.

Также в 2021 году в рамках состоявшегося судебного оспаривания прошло положительную судебную проверку решение Мордовского УФАС России о признании ненадлежащей рекламы гостиничных услуг, размещавшейся с использованием транспортного средства, припаркованного напротив входа в Торгово-развлекательный центр и длительное время находящегося без движения на одном и том же месте, и тем самым используемого преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкции, что нарушает требования части 2 статьи 20 Федерального закона «О рекламе». На основании такого решения рекламодателю и рекламодателю – Индивидуальному предпринимателю выдано предписание о прекращении допущенного нарушения, исполненное в установленные сроки. Однако, Индивидуальный предприниматель обратился в Арбитражный суд Республики Мордовия с заявлением о признании незаконными решения и предписания антимонопольного органа. Судебным решением по делу № А39-10933/2020 акты антимонопольного органа признаны законными и обоснованными. Суд первой инстанции, отказав Индивидуальному предпринимателю в удовлетворении заявленных требований, указал на следующее. Часть 2 статьи 20 Федерального закона «О рекламе» запрещает использование как непереоборудованных, так и специально переоборудованных транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций. Предприниматель использовал своё транспортное средство преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкции без переоборудования транспортного средства для распространения рекламы, что запрещено законом вне зависимости от специального переоборудования транспортного средства. Ссылки заявителя на то, что автомобиль не утратил свои первоначальные функции, иное должно быть доказано технической экспертизой, которая не проведена, и доказательства конструктивных изменений автомобиля не представлены, неосновательны. Судебное решение не обжаловалось и вступило в законную силу.

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

В 2021 году Мордовское УФАС России совместно с экспертным сообществом, по аналогии с практикой проведения публичных обсуждений и учитывая пандемическую ситуацию, приняло решение проводить заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Мордовском УФАС России по мере необходимости, но не реже одного раза в год. По результатам обсуждения экспертной тематики в указанный период рассмотрен ряд конкретных примеров размещения информации в наружном оформлении объектов торговли с целью оценки такой информации в качестве рекламы и ее соответствия обязательным требованиям: 1) вербальное и графическое оформление сети комиссионных магазинов под вывеской «ломбард Корона» экспертами признано недоброкачественным рекламным информированием; 2) размещенное на торцевой части фасада буфета «Алко 24» настенное панно со слоганом «ждем вас круглосуточно крепкий алкоголь разливное пиво снеки» эксперты оценили как наружную рекламу продавца алкогольной продукции; 3) на выносном штендере с призывом зайти в магазин «SCARY vapeshop» эксперты усмотрели запрещенную к распространению рекламу продавца курительных устройств и жидкостей; 4) в оформлении витрины магазина «Sunlight» с кричащими слоганами «закрытие магазинов», «осталось 5 дней» и предложением больших скидок эксперты не увидели объекта рекламирования, посчитав такие сведения в месте продаж простым информированием о проводимых акциях на реализуемый товар, что является обычаем делового оборота. По результатам такого обсуждения в отношении 1, 2 и 3 примеров эксперты рекомендовали антимонопольному органу рассмотреть вопрос о необходимости возбуждения дела по признакам нарушения законодательства о рекламе. На основании таких рекомендаций Мордовским УФАС России возбуждены и рассмотрены дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Работа Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Мордовском УФАС России проводится под собственной эмблемой, которая уже более 5 лет символично поддерживает практики открытости деятельности такой общественно-значимой организации и её узнаваемости.



Оригинал-макет эмблемы Экспертного совета победил в апреле 2016 года в одной из номинаций IV конкурса социальной рекламы «За честную конкуренцию».

Актуальные изменения в законодательстве о рекламе

1. Федеральным законом от 08.12.2020 № 415-ФЗ «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О рекламе», вступившим в силу с 19.12.2020, в рекламе запрещается указание на то, что объект рекламирования может быть использован в целях искажения показаний приборов учета используемых воды, природного газа, тепловой энергии, электрической энергии. Соответственно, использование в любой форме указания, в том числе текстовой или визуальной, на возможность использования любого объекта рекламирования для искажения приборов учета, например, счетчиков на воду или газ, подпадает под запрет, установленный Федеральным законом «О рекламе».

2. Федеральным законом от 31.07.2020 № 3030-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу охраны здоровья граждан от последствий потребления никотиносодержащей продукции» в пункт 8 статьи 7 Федерального закона о рекламе» внесены изменения – с 28.01.2021 не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий, никотиносодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотиносодержащей продукции, кальянов.

Тем самым, с 28.01.2021 к действовавшему запрету на рекламу табака, табачной продукции, табачных изделий, курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок, также добавился запрет на рекламу таких товаров как устройства для потребления никотиносодержащей продукции (различные модификации устройств, используемых в качестве «электронных сигарет» для доставки никотина или нагревания табака), никотиносодержащая продукция (различные наполнители для электронных систем доставки никотина или нагревания табака, например, стики, жидкости, картриджи).

Кроме того, пунктом 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» с 28.01.2021 в рекламе не допускается демонстрация процессов курения табака или потребления никотиносодержащей продукции и потребления алкогольной продукции.

Таким образом, в данную статью Федерального закона «О рекламе» внесены изменения, корреспондирующие с вводящимся общим запретом на рекламу никотиносодержащей продукции и устройств для потребления никотиносодержащей продукции. При демонстрации в рекламе не только процесса курения табака (сигарет, трубок и т.п.), но также и потребления любого вида никотиносодержащей продукции, в том числе посредством электронных систем доставки никотина, или нагревания табака, или посредством иной предусмотренной законом формы доставки никотина в организм человека, такая реклама будет подпадать под запрет, установленный пунктом 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

При этом, согласно статье 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение пункта 3 части 5 статьи 5 данного Закона несет рекламодатель, а за нарушение статьи 7 данного Закона несет как рекламодатель, так и рекламодатель.

3. В рамках реализуемого в Российской Федерации механизма регуляторной гильотины» было принято постановление Правительства Российской Федерации от 10.07.2020 № 1015 «О признании утратившими силу некоторых актов и отдельных положений некоторых актов Правительства Российской Федерации и об отмене некоторых нормативных правовых актов Федеральной антимонопольной службы, содержащих обязательные требования, соблюдение которых оценивается при проведении мероприятий по контролю при осуществлении государственного контроля (надзора) в сфере рекламы», которым признаны утратившими силу с 01.01.2021 следующие акты:

- постановление Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»;

- постановление Правительства Российской Федерации от 20.12.2012 № 1346 «Об утверждении Положения о государственном надзоре в области рекламы»;

- приказ Федеральной антимонопольной службы от 04.06.2012 № 360 «Об

утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по надзору за соблюдением законодательства о рекламе путем проведения проверок соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе»;

- приказ Федеральной антимонопольной службы от 23.11.2012 № 711/12 «Об утверждении Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе».

Вместе с тем, приняты актуализированные:

- постановление Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», вступившее в силу с 1 января 2021 года;

- приказ Федеральной антимонопольной службы от 09.12.2020 № 1203/20 «Об утверждении Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по осуществлению государственного надзора в сфере рекламы путем проведения внеплановых проверок соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе» (зарегистрирован Минюстом 14.12.2020 № 61458), вступивший в силу с 1 января 2021 года;

- постановление Правительства Российской Федерации от 30.06.2021 № 1073 «О федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы» с изменениями, вступившими в силу с 1 марта 2022 года.