|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Работа отдела контроля финансовых рынков, рекламы и**  **недобросовестной конкуренции**  **Нижегородского УФАС России**  **в 1 полугодии 2017 года** |  |  |
|  |  |  |

**Контроль рекламной деятельности**

В первом полугодии 2017 года количество обращений по фактам, содержащим признаки нарушения ФЗ «О рекламе», увеличилось по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составило **130 заявлений** (в первом полугодии 2016 года – 101).

По результатам рассмотрения обращений возбуждено  **53** дела (в первом полугодии 2016 года – 68 дел).

Всего в первом полугодии 2017 года возбуждено – **64 дела** (в первом полугодии 2016 года – 72).

По результатам рассмотрения дел, вынесено **29 решений** о наличии нарушения ФЗ «О рекламе», выдано **29 предписаний**, который исполнены нарушителями.

**Структура возбужденных дел по статьям ФЗ «О рекламе»**:

- статья 18 в части распространения рекламы в виде СМС-сообщений или звонков без согласия абонента - **21 дело**;

- статья 28 - реклама финансовых услуг – **13 дел**;

- часть 3 статьи 5 в части распространения недостоверной рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения – **5 дел**;

- часть 7 статьи 5 в части отсутствия в рекламе существенной информации - **5 дел**;

- часть 4 статьи 5 - распространение рекламы, сходной с дорожными знаками - 3 **дела**;

- часть 6 статьи 5 - оскорбительная реклама – **3 дела**;

- часть 2 статьи 5 - недобросовестная реклама - **2 дела**,

- статья 7 - реклама запрещенных к рекламированию товаров – **2 дела**,

- статьи 24 - реклама лекарственных средств и медицинской техники - **2 дела;**

**-** статья 16 реклама в печатных изданиях **– 2 дела;**

**-** статья 20 в части использования транспортных средств в качестве передвижных рекламных конструкций **– 2 дела;**

- статья 21 в части распространения рекламы алкогольной продукции – **2 дела;**

- часть 10.1 статьи 5 в части отсутствия в рекламе информационной продукции категории данной продукции **– 1 дело;**

- часть 11 статьи 5 в части не соблюдения в рекламе требований законодательства РФ **- 1 дело.**

**Анализ дел, рассмотренных в первом полугодии 2016 года**

1. Наибольшее количество дел рассмотрено Нижегородским УФАС России в отношении кредитных организаций:

- АО «Райффайзенбанк» дело №632-ФАС52-07/17, дело №953-ФАС52-07/17;

- АКБ «Абсолю Банк» дело №169-ФАС52-07/17, дело №649-ФАС52-07/17;

- КБ «Локо-банк» дело №631-ФАС52-07/17, (в настоящее время находится в производстве дело №1205-ФАС52-07/17);

- ПАО АКБ «Металлинвестбанк» дело №2083-ФАС52-07/16;

- АО «Глобэксбанк» дело №2108-ФАС52-07/16;

- ПАО Банк «ФК Открытие» дело №2454-ФАС52-07/16, дело №316-ФАС52-07/17.

1. Как и в прошлом году Управлением рассматривается большое количество дел в отношении операторов связи:

- ПАО «ВымпелКом» дело №1894-ФАС52-07/16, дело №359-ФАС52-07/17;

- ПАО «Мегафон» дело №449-ФАС52-07/16, дело №134-ФАС52-07/17;

- АО «Р-Телеком Холдинг» дело №2213-ФАС52-07/16;

- в настоящее время в производстве находятся 2 дела в отношении ООО «Т2 Мобайл».

1. Приоритетным направлением в работе Управления является защита прав и законных интересов потребителей рекламы. Примером может служить дело №16-ФАС52-07/17, возбужденное в отношении рекламодателя - организатора развлекательного мероприятия – Нижегородская областная общественная организация "Федерация смешанного боевого единоборства (мма)" (НООО "ФСБЕ (ММА)").

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области в декабре 2016 года поступили обращения потребителей рекламы по поводу рекламы развлекательного мероприятия «Монументальная опера Carmina Burana».

Заявители приобрели билеты на мероприятие, однако, по их утверждению, оно не соответствовало заявленным в рекламе условиям: на представлении не было балета, детского хора, пиротехнических эффектов; количество артистов было меньше заявленного; площадь экрана составляла менее 300 м2 . Указанные факты свидетельствуют о наличии признаков нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Комиссия установила, что реклама содержала не соответствующие действительности сведения о представлении и участниках мероприятия, а также сведения о характеристиках оборудования, используемого при проведении мероприятия (на представлении не было балета, детского хора, пиротехнических эффектов; количество артистов было меньше заявленного; площадь экрана составляла менее 300 м2), а отсутствие в рекламе части существенной информации об изменении программы представления и участниках мероприятия ввело потребителей рекламы в заблуждение. Рассмотрев дело №16-ФАС52-07/17, возбужденное в отношении рекламодателя - организатора развлекательного мероприятия – Нижегородская областная общественная организация "Федерация смешанного боевого единоборства (мма)" (НООО "ФСБЕ (ММА)") Комиссия Нижегородским УФАС России 09.03.2017 вынесла Решение, в соответствии с которым признала рекламу НООО "Федерация смешанного боевого единоборства (мма)", ненадлежащей, поскольку она противоречит требованиям пунктов 2 и 3 части 2, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

**IY.** Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области в своей деятельности уделяет большое внимание предупреждению нарушений рекламного законодательства.

В 2006 году создан и начал свою деятельность Экспертный Совет по применению законодательства о рекламе при Нижегородском УФАС России. Экспертный совет был образован в целях рассмотрения вопросов, связанных с применением законодательства Российской Федерации о рекламе, а также выработки предложений по снятию барьеров развития рынка рекламы и созданию конкурентной среды в разных его сегментах.  
 В состав Совета вошли представители всех отраслей рекламы, представители федеральных органов исполнительной власти, органов управления, представители: Управления Федеральной службы по надзору в сфере массовых коммуникаций и связи по Нижегородской области; Главного Управления внутренних дел Нижегородской области; Представители Администрации города Нижнего Новгорода; участники рынка рекламы.

Экспертный Совет по применению законодательства о рекламе при Нижегородском УФАС России – это не только организация, которая легитимна проводить экспертизу рекламы на предмет соответствия требованиям рекламного законодательства, но, кроме того, это хорошая площадка для обсуждения проблем, возникающих на рынке рекламы, возможность специалистов высказать свое мнение, по обсуждаемым проблемам, это место, где можно решать конкретные вопросы по надлежащему применению ФЗ «О рекламе», в первую очередь вопросы этики, пристойности распространяемой рекламы.

В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Категории, указанные в данной статье носят оценочной характер. В связи с этим, для признания рекламы противоречащей законодательству Российской Федерации о рекламе, либо соответствующей установленным законодательством нормам, данный вопрос и выносится на рассмотрение Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области.

10 апреля 2017 года прошло очередное заседание Экспертного совета, на котором были рассмотрены следующие вопросы:

1. Обращения жителей города Нижнего Новгорода по поводу рекламных сообщений телесериала «Не вместе» телеканала «Домашний»: «*Есть ли секс после развода? D. Домашний. НЕ ВМЕСТЕ. С 13 марта 21:00 по будням 16+»*. По мнению заявителей, реклама подрывает семейные ценности, является неэтичной (непристойной и оскорбительной), а также оказывает негативное воздействие на детей.

2. Обращение жителя города Нижнего Новгорода по поводу рекламных сообщений в газете «Работа для Вас» следующего содержания: *«Требуются сотрудницы в эскорт услуги з/п высокая. Охрана. Транспорт. Жилье….»*; *«Требуется сотрудница в сферу досуга/развлечений Свободный график, з/п высокая, выплаты ежедневно…»*. По мнению заявителя, подобные объявления в газете «Работа для Вас» должны квалифицироваться в качестве содержащих завуалированную рекламу услуг интимного характера.

3. Обращение жителей ТСЖ «Невзоровское» (ул.Невзоровых, д. 83) по поводу размещения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» рекламы заведения *«Салон эротического массажа и спа-программ «НЕФТЬ»*. По мнению заявителей, реклама содержит непристойные и оскорбительные образы, нарушающие общепринятые моральные нормы, поэтому является неэтичной (непристойной и оскорбительной) и др.

По итогам рассмотрения, эксперты решили, что реклама телесериала «Не вместе» не противоречит рекламному законодательству. Относительно рекламы в газете «Работа для Вас» Эксперты посчитали, что рассматриваемые объявления могут носить признаки рекламы запрещенного вида деятельности, в связи с этим, рекомендовали, для дополнительной проверки направить материалы в Главное Управление МВД России по Нижегородской области, а также в Управление Роскомнадзора по ПФО для проведения дополнительной разъяснительной работы с рекламораспространителем – издателем газеты. По вопросу размещения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» рекламы заведения «Салон эротического массажа и спа-программ «НЕФТЬ», эксперты решили, что эта информация не является рекламой, материалы необходимо направить в Главное Управление МВД России по Нижегородской области для рассмотрения вопроса в рамках полномочий на предмет наличия нарушений Уголовного Кодекса РФ, в части осуществления деятельности, запрещенной законодательством.

Другим методом выявления мнения потребителей рекламы являются опросы, проводимые на сайте Нижегородского УФАС России: [www.n-novgorod.fas.gov.ru](http://www.n-novgorod.fas.gov.ru/) по поводу следующих рекламных сообщений:

1.На основании обращения потребителя рекламы – жителя города Джержинска Нижегородской области рассмотрен вопрос о допустимости рекламы «*За рулём как Бог, а живешь как…*». Перед респондентами ставился вопрос: «Используются ли, по Вашему мнению, в рекламном сообщении, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения?», ответ предполагал выбор одной из двух позиций: «да» или «нет». Проголосовало 100 пользователей, из которых 22 (22%) выбрали ответ «да» и 78 (78%) ответили «нет».

2. На основании обращения жительницы города Н.Новгорода по поводу рекламы телесериала «Филфак» (телеканал «ТНТ»), являющейся, по мнению заявителя, оскорбительной, проведен опрос. Перед респондентами ставился вопрос: «Является ли, по Вашему мнению, образ девушки, используемый в рекламе, непристойным и оскорбительным?», ответ предполагал выбор одной из двух позиций: «да» или «нет». Проголосовало 225 пользователей, из которых 55 (24%) выбрали ответ «да» и 170 (76%) ответили «нет».

3. На сайте [www.nn.ru](http://www.nn.ru) распространялась реклама банка ПАО АКБ «Металлинвестбанк» следующего содержания: «*Лови момент! Потребительские кредиты от 13,5 %. Металлинвестбанк. ПАО АКБ «Металлинвестбанк». Генеральная лицензия Банка России №2440 от 21.11.2014г.* [*www.metallinvestbank.ru»*](http://www.metallinvestbank.ru). Через 9 секунд рекламное сообщение изменялось на информацию об условиях предоставления потребительского кредита, включающую в себя: период проведения акции; категории граждан, которые могут получить кредит; сумму кредитования; срок кредитования, процентные ставки. Рассматриваемое рекламное сообщение представляет собой динамически меняющиеся картинки. В рекламном сообщении присутствуют все существенные условия оказания финансовой услуги, однако с ними потребителю невозможного ознакомиться, так как время ознакомления - 9 секунд, которых недостаточно, поскольку слайд довольно длинный и через короткое время он меняется на предыдущий. При повторном показе слайда потребитель рекламы для продолжения ознакомления за 9 секунд вынужден искать то место, на котором он остановился, что создает препятствие для понимания текста существенных условий оказания финансовой услуги. Данный вывод подтверждается опросом, проведенным на сайте антимонопольного органа. Перед посетителями сайта ставился вопрос: «Возможно ли ознакомится со всеми существенными условиями оказания финансовых услуг в рекламе ПАО АКБ «Металлинвестбанк»?», и два варианта ответа: «да» или «нет». Всего проголосовало 521 человек: «да» (возможно ознакомится со всеми существенными условиями оказания финансовых услуг) ответили 236 голосов (45%); «нет» (не возможно ознакомится со всеми существенными условиями оказания финансовых услуг) - ответили - 285 голосов (55%). На основании этого опроса Комиссия Нижегородского УФАС России признала рекламу ПАО АКБ «Металлинвестбанк» ненадлежащей, поскольку она противоречит требованиям части 7 статьи 5, пункту 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

4. На сайте [www.nn.ru](http://www.nn.ru) в разделе «Городской форум: форум общего назначения, треп о городе и нижегородцах» с правой стороны экрана размещалось сообщение следующего содержания: «*Депозит 10,5% для малого бизнеса. Ваша дополнительная выгода. 8-800-7007-555, globexbank.ru. Глобэкс Банк решений»*. Через 8 секунд рекламное сообщение изменялось на информацию об условиях депозита «Малый бизнес. Стандартный», включающую в себя: категорию клиентов, которые могут воспользоваться услугой депозита; минимальную сумму депозита; срок размещения; процентную ставку. Информация об условиях депозита также транслировалась 8 секунд. Рекламное сообщение представляет собой динамически меняющиеся картинки. Первый слайд рекламы содержит одно условие – сведения о процентной ставке от 10,5% годовых для малого бизнеса. Остальные существенные условия оказания услуги депозита, включающие в себя: категорию клиентов, которые могут воспользоваться услугой депозита; минимальную сумму депозита; срок размещения; процентную ставку, являются вторым слайдом рекламы и открываются через 8 секунд, а затем опять меняются на первоначальный слайд. Нижегородским УФАС России проведен опрос среди посетителей сайта антимонопольного органа <http://n-novgorod.fas.gov.ru>. Перед посетителями сайта ставился вопрос: «Возможно ли ознакомится со всеми существенными условиями оказания финансовых услуг в рекламе АО «Глобэксбанк»?», и два варианта ответа: «да» или «нет». Проголосовало 349 потребителей рекламы. Возможно ознакомится со всеми существенными условиями оказания финансовых услуг ответили - 153 человека (44%); «нет» -не возможно ознакомится со всеми существенными условиями оказания финансовых услуг ответили - 196 человек 56%. Опрос позволил Комиссии нижегородского УФАС России вынести Решение, в соответствии с которым реклама АО «Глобэксбанк» признана ненадлежащей, поскольку она противоречит требованиям пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

**Y.** Нижегородское УФАС России одним из приоритетных направлений деятельности определяет сотрудничество с органами саморегулирования в области рекламы.

Органы саморегулирования Нижегородской области имеют свою историю, определяемую 1998 годом - годом создания 3 общественных организаций рекламистов, которые в 2001 году Торгово - промышленная Палата Нижегородской области объединила в одну организацию - «Рекламный Совет Нижегородской области». Эта организация, в настоящее время, консолидирует в своих рядах общественные организации всех секторов рекламного сообщества: объединение рекламодателей, производителей, распространителей рекламы и потребителей рекламы. Нижегородское УФАС России активно взаимодействует с «Рекламным Советом Нижегородской области». В рамках своей работы Рекламного совета Нижегородской области, в том числе, проводит независимую экспертизу рекламы на предмет установления ее соответствия требованиям рекламного законодательства. К таким экспертным заключениям прислушиваются и рекламное сообщество, и суды Нижегородской области.