**Нижегородское УФАС России**

**21 декабря 2017 года**

Общественные слушания практик применения антимонопольного законодательства, законодательства о рекламе и законодательства о государственных закупках на территории региона

Доклад на тему:

**«Контроль рекламной деятельности на территории Нижегородской области в 2017 году»**

Федеральная антимонопольная служба и ее территориальные органы осуществляют контроль и надзор за соблюдением требований законодательства РФ о рекламе.

К полномочиям антимонопольного органа в данной сфере отнесены:

1) предупреждение, выявление и пресечение нарушений физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе;

2) возбуждение и рассмотрение дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с положениями Федерального закона «О рекламе» дело может быть возбуждено по собственной инициативе ведомства, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

В настоящее время Управлением подведены предварительные итоги работы за 2017 год.

По состоянию на начало декабря настоящего года в Нижегородское УФАС России поступило 235 обращений по фактам распространения рекламы, что на 16% ниже показателей 2016 года.

Результаты рассмотрения обращений показывают следующее:

Из 235 поступивших обращений, поводом для возбуждения дел послужило 83 заявления, в отношении 152 жалоб вынесены решения об отказе в возбуждении дела.

Приведенная статистика свидетельствует о том, что доля «обоснованных» обращений, то есть действительно указывающих на признаки нарушения рекламного законодательства, постоянно снижается.

Если в I полугодии 2016 года таких обращений было 67% от общего количества поступивших жалоб, по итогам 2016 года их число снизилось до 52%, в I полугодии 2017 года снижение продолжилось, доля обращений, рассмотрение которых завершилось возбуждением дела, составила 41%, сейчас по состоянию на декабрь 2017 года, таких заявлений только 35%.

Следующим показателем, характеризующим результаты работы антимонопольного ведомства, является количество рассмотренных Управление дел.

Правоприменительная практика Управления, выраженная в цифрах, выглядит следующим образом:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Количество возбужденных дел** | **I полугодие 2016 года** | **2016 год** | **I полугодие 2017 года** | **11 месяцев 2017 год** |
| По обращениям | 68 | 118 | 53 | 83 |
| По собственной инициативе | 4 | 27 | 11 | 20 |
| **Всего дел** | **72** | **145** | **64** | **103** |

Некоторое снижении показателей 2017 года по сравнению с 2016 годом является для Управления ожидаемыми. Дело в том, что существенную долю дел, рассматриваемых Управлением в прошлые отчетные периоды, составляли дела, возбужденные по фактам размещения и эксплуатации рекламных конструкций наружной рекламы в отсутствие разрешений, выдаваемых органами местного самоуправления.

Вместе с тем, в соответствии с положениями статьи 19 ФЗ «О рекламе» органам местного самоуправления предоставлены специальные полномочия по контролю за установкой и эксплуатацией рекламных конструкций. В связи с чем, в настоящее время все обращения, указывающие на факты незаконно установленных конструкций, перенаправляются в адрес органа местного самоуправления по подведомственности.

Общие данные о результатах рассмотрения дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе представлены в Таблице:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Период | Всего дел | Прекращено | Вынесено решений | Выдано предписаний |
| 2016 год | 145 | 29 | 116 | 93 |
| 11 месяцев 2017 год | 103 | 29 | 74 | 58 |

Данные о количестве дел, рассмотренных Управлением за 11 месяцев 2017 года, с разбивкой по статьям ФЗ "О рекламе", представлены в таблице:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Положения ФЗ «О рекламе»** | **2016 год** | **11 месяцев 2017 год**  |
| Статья 18 **"Рекламные смс, звонки, электронные письма "**  | **20** | **26** |
| Статья 28 **"Реклама финансовых услуг"**  | **17** | **21** |
| Часть 3 статьи 5 **"Реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения"**  | **16** | **17** |
| Часть 7 статьи 5 **"Отсутствие в рекламе части существенной информации"**  | **12** | **8** |
| Часть 4 статьи 5 **"Распространение рекламы, сходной с дорожными знаками"**  | **0** | **3** |
| Часть 6 статьи 5 **"Неэтичная, оскорбительная реклама"**  | **0** | **3** |
| Часть 2 статьи 5 **"Недобросовестная реклама"**  | **0** | **3** |
| Статья 7 **"Реклама запрещенных к рекламированию товаров"**  | **9** | **2** |
| Статья 24 **"Реклама лекарственных средств и медицинской техники"**  | **5** | **2** |
| Статья 16 **"Реклама в печатных изданиях"**  | **1** | **2** |
| Статья 20 **"Использование транспортных средств в качестве передвижных рекламных конструкций"**  | **4** | **3** |
| Статья 21 **"Распространение рекламы алкогольной продукции"**  | **9** | **6** |
| Часть 10.1 статьи 5 **"Отсутствие в рекламе информационной продукции категории данной продукции"**  | **0** | **1** |
| Часть 11 статьи 5 **"Несоблюдение в рекламе требований законодательства РФ, в частности, реклама на квитанциях"**  | **3** | **2** |
| Статья 19 «**размещения и эксплуатации рекламных конструкций наружной рекламы в отсутствие разрешений, выдаваемых органами местного самоуправления**»  | **43** | **2** |
| Статья 6 **«защита несовершеннолетних в рекламе»** | **-** | **1** |
| Статья 14 **«превышение уровня звука рекламы в телевизионном эфире»** | **3** | **1** |
| Статья 8 **«дистанционная продажа в рекламе»** | **2** | **-** |
| Статья 9 **«реклама о проведении стимулирующих мероприятий»**  | **1** | **-** |

Если сопоставить показатели 2016 и 2017 годов, то можно увидеть, что основная доля рассмотренных дел и выявленных нарушений связана с навязчивым распространением рекламы по сетям электросвязи (смс-реклама, телефонные звонки, рекламные рассылки по электронной почте, включение рекламы в push-сообщения о пополнении баланса и т.д.). Доля таких дел составляет 25%.

Следующим, наиболее часто выявляемым нарушением является реклама финансовых услуг. Это каждое 5 дело, рассмотренное Управлением.

Нарушение общих требований к рекламе, говорящих о том, что реклама должна быть достоверной (статьи 5 Закона) также является одним из часто встречающихся (16,5%).

Отличительной особенностью отчетного периода 2017 года являются новые квалификации, производств по которым в 2016 года не было.

Это и недобросовестная реклама, и отсутствие в рекламе информационной продукции возрастной категории данной продукции, а также рассмотрение дел по фактам распространения неэтичной или оскорбительной рекламы.

Подробная информация о характере выявляемой ненадлежащей рекламы, лицах, допускающих нарушения требований Закона, а также примеры рассмотренных дел будут представлены на публичных слушаниях.

**Итоги работы Нижегородского УФАС России в сфере**

**применения КоАП РФ.**

Возбуждение дел по фактам нарушения рекламного законодательства осуществляется по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Составление протоколов и рассмотрение таких дел отнесено к полномочиям антимонопольного органа.

За 11 месяцев 2017 года Управлением рассмотрено 83 дела об административных правонарушениях, из них: 11 дел прекращено, вынесено 72 постановления о признании факта правонарушения.

Из указанных 72 административных дел по 38 делам назначены штрафы на общую сумму 4 802 000 рублей; по 34 делам вынесены постановления о назначении наказания в виде предупреждения.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Количество рассмотренных дел | Прекращено | Выдано предупреж-дений | Выдано постановле-ний о наложении штрафа | Общая сумма наложен-ный штрафов, руб. |
| 2016 год | 101 | 11 | 26 | 64 | 2 848 000 |
|  11 месяцев 2017 год | 83 | 11 | 34 | 38 | 4 802 000 |

Предварительные итоги 2017 года фиксируют существенный рост объемов наложенных штрафов – почти на 70% по сравнению с предыдущим годом, при некотором снижении количества рассмотренных дел. Связано это с увеличением числа производств, возбужденных по части 6 статьи 14.3 КоАП РФ, устанавливающей ответственность за распространение ненадлежащей рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, и предусматривающей более жесткое наказание – от 300 000 до 800 000 рублей.

Детальную информацию об административной практике Управления и прецедентных делах слушатели смогут получить в рамках публичных обсуждений.