**Результаты контроля за соблюдением законодательства**

**Российской Федерации о рекламе.**

**Реклама:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Кол-во заявлений | | | Кол-во возбужденных дел | | |
| 9 мес. 2019 | 9 мес. 2020 | 3 кв. 2020 | 9 мес. 2019 | 9 мес. 2020 | 3 кв. 2020 |
| 63 | 42 | 17 | 17 | 19 | 7 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Количество возбужденных дел об административных правонарушениях | | |
| 9 мес. 2019 | 9 мес. 2020 | 3 кв. 2020 |
| 11 | 21 | 13 |

|  |  |
| --- | --- |
| СУММА НАЛОЖЕННЫХ ШТРАФОВ | |
| 9 мес. 2019 | 9 мес. 2020 |
| 302 000 руб. | 139 000 руб. |

**В 3 КВАРТАЛЕ 2020 ГОДА Возбуждено 7 дел** по признакам нарушения законодательства о рекламе. Из графика, представленного на слайде, мы видим, что количество возбужденных дел за 9 месяцев этого года снизилось по сравнению с тем же периодом прошлого года. Это связано со снижением активности граждан и снижением количества заявлений в связи с карантином по ковид 19.

Заявления. За третий квартал управлением рассмотрено 17 заявлений. По 7 из них заявителю было отказано в возбуждении дела. Главная причина: неправильно оформленное заявление (например, при жалобе на нежелательное смс-сообщение или звонок в заявлении отсутствует

1. Поскольку сведения о соединениях конкретного абонента определенного номера телефона по сетям электросвязи составляют тайну связи, для направления соответствующих запросов и получения необходимой информации антимонопольному органу требуется получение согласия абонента на получение антимонопольным органом необходимых сведений от оператора связи. Если такое согласие отсутствует, причем оформленное на КОНКРЕТНЫЙ период, когда поступил звонок и заверенное ЛИЧНОЙ подписью, в возбуждении дела отказывается
2. Отказ также направляется в случае если заявитель не представил описание фактов, свидетельствующих о признаках нарушения законодательства о рекламе, например, не представил аудиозапись поступившего рекламного звонка.

В возбуждении дела также отказывается в случае если отсутствует объект рекламирования.

По инициативе Псковского УФАС – возбуждено 4 дела:

Подробнее остановлюсь на каждом.

1. В отношении **ООО «БАД»** - п. 3 ч. 5 **ст.5**; п. 5 ч. 2, ч. 3, п. 6 ч. 1 **ст. 21 ФЗ о рекламе.** Актом осмотра было зафиксировано размещение рекламы алкогольной продукции на фасаде кафе «ПАБ» на ТЦ Сфера, по адресу Рокоссовского, 16. Так, на баннерах, расположенных на фасаде изображено большое количество бутылок с алкогольной продукцией, а также людей, употребляющих спиртные напитки. Согласно [**пункту 3 части 5 статьи 5**](consultantplus://offline/ref=57290A90EEFAF73507BCE1D54D7EC9A02E75FB21244DD862277ED2ECBDD21F96C4E1C767D6923DED79491750E5AA90A1E05212FCZ678M)Закона о рекламе, в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции.

В силу [**пункта 6 части 1 статьи 21**](consultantplus://offline/ref=B4139EE6A3359B8756A6909A50E79979FA168EABBE742131826282D0FEDFC54A6B33C13527DECEDF4DF079A625874432499E227A24Z0M) Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации). В данном случае на трех баннерах используются образы людей.

Кроме того, на рекламных конструкциях отсутствует надпись, предупреждающая о вреде чрезмерного потребления алкоголя. Что также свидетельствует о нарушении **части 3 статьи 21.** Дело находится в процессе рассмотрения.

1. По инициативе управления возбуждено дело по пункту 3 части 5 статьи 5, пункта 6 части 1, пункта 8 части 2, части 3 статьи 21 в отношении ООО «Гостинично-ресторанный комплекс «Амарис», а именно в связи с размещением в социальной сети инстаграм на странице ПАБ О ХАРА рекламных изображений алкогольной продукции.

Здесь установлены признаки нарушения [**пункта 8 части 2 статьи 21**](consultantplus://offline/ref=0311230418B4A549E879D88BB3034351C76E49DBD879470909DBD3127D7863997828C1B3962E292B3BE4456F01C7845804B2E6357Ag3I) **Закона о рекламе:** реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Кроме того, установлено, что на странице в социальной сети размещена рекламная информация об алкогольной продукции с использованием мужских образов, изображений открытых бутылок, наполненных бокалов. В совокупности с сопутствующей информацией об алкогольной продукции это указывает на демонстрацию процесса потребления алкогольной продукции и противоречит требованиям [**пункта 3 части 5 статьи 5**](consultantplus://offline/ref=547FD8879E43DF29E50E609197D4A9C2B752CAF8C6AF3522F527A2519B93FEB079B7CCE64498458DC7505C126201638852419DA731c5I)**,** [**пункта 6 части 1 статьи 21**](consultantplus://offline/ref=B4139EE6A3359B8756A6909A50E79979FA168EABBE742131826282D0FEDFC54A6B33C13527DECEDF4DF079A625874432499E227A24Z0M)Закона о рекламе.

Решением комиссии реклама признана ненадлежащей, будет возбуждено дело об административном правонарушении.

1. По инициативе Псковского УФАС России возбуждено дело в отношении АО «Псковжилстрой», которое разместило в социальных сетях (фейсбук и вк) рекламный пост с текстом «Сегодня квартира с отделкой от «Псковжилстрой» — это действительно лучшее предложение на рынке первичной недвижимости во всем Пскове!». Сообщение также было распространено в формате таргетированной рекламы в ВК и на странице ПАИ.

Использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В данном случае усматривается нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе. Дело – в стадии рассмотрения.

В отношении АО «Псковжилстрой» поступила жалоба на использование компанией в рекламе фразы «государственный застройщик». Управление проверит правомерность употребления данной фразы.

Тут хочется отметить **изменения**, которые были внесены в ФЗ О рекламе – в части, касающейся строительных организаций, а именно **части 7 статьи 28,** согласно которым реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для недвижимости должна в каждом случае содержать **адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства** в сети интернет, на котором осуществляется размещение проектной декларации, предусмотренной законодательством. Изменение вступило в силу с **13 июля 2020 года**.

1. По инициативе УФАС возбуждено дело в отношении **индивидуального предпринимателя**, который разместил в социальной сети в вк и инстаграм рекламу обезболивающего средства, используемого при косметической процедуре шугаринга.

В силу части 7 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

По информации официального сайта Росздравнадзора, препарат «DF Skincaine gel» не включен в государственный реестр лекарственных средств, зарегистрированных в Российской Федерации. Дело на стадии рассмотрения.

1. По заявлениям возбуждено и рассматриваются два дела по статье ч.1 ст.18 в отношении АО «Банк Русский стандарт» и ООО «ИнфоБип». Причина – поступление нежелательного звонка и смс – сообщения, на которые абонент не давал согласия.

Согласно части 1 статьи 18 Закона о рекламе, распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.

Также поступило заявление на нежелательный звонок от «Альфа Банк» - заявление находится на рассмотрении.

В 3 квартале вынесено два решения по ранее возбужденным делам относительно двух юрлиц, которые также нарушили часть 1 статьи 18 Закона о рекламе – медицинской компании ООО МДЦ Групп и ООО Иль де Ботэ, отправив сообщения без согласия абонентов. Возбуждены дела об административном правонарушении.

По ранее вынесенным решениям возбуждено 13 административных дел по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, 5 из которых в отношении юрлиц и должностных лиц – за рассылку нежелательной рекламы через смс или звонки. Так, например, за ненадлежащую рассылку рекламы ПАО «Детский мир» оштрафовано на 101 000 рублей.

* Вынесено Постановление в отношении юридического и должностного лица **ООО «Клиника инновационной хирургии»** за размещение в региональном эфире на телеканалах «Первый», «Россия 1» «Пятница» рекламных роликов со словами «Ведущая клиника лечения варикоза». Напомню, что использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. В соответствии с пунктом 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ административное наказание в виде административного штрафа заменено на предупреждение. Должностное лицо оштрафовано на 4000 руб.
* Виновным в совершении административного правонарушения признан **индивидуальный предприниматель**, который разместил рекламные штендеры около **Соляной пещеры «Сольера»,** где описал лечебные свойства и положительное влияние на течение разных болезней при посещении соляной пещеры. В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий. Было установлено, что услуга, предоставляемая методом «Соляной пещеры» не является медицинской. Следовательно, реклама по посещению и использованию «Соляной пещеры», не должна указывать на лечебные свойства и положительное влияние на течение болезни, так как на данный вид деятельности не является медицинским видом деятельности. Предписание демонтировать рекламу предприниматель исполнил. В соответствии с пунктом 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ административное наказание в виде административного штрафа заменено на предупреждение
* Виновным в совершении административного правонарушения по по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ признано ООО «КИНГ», разместившее на фасаде кафе ПАБ рекламу алкогольных напитков, а также ООО «Городской формат» за размещение на билблордах в Пскове информации с надписью: «Поздравляем! Светлана Шумейко Миссис Бабушка Псков, GrandMa Planet (конкурса GrandMa Universe)». В соответствии с частью 2 статьи 19 Федерального закона «О рекламе», рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.
* Вынесено Постановление по делу об административном правонарушении в отношении ООО Дионис, которое размещало рекламу алкогольной продукции на своей странице в Инстаграм и нарушило требования п. 3 ч. 5 ст. 5, п. 6 ч. 1, п. 8 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе. Юрлицо оспорило решение УФАС в арбитражном суде.

По итогам постановлений сумма наложенных штрафов за 9 месяцев этого года 139 000 рублей, из них в 3 квартале - 121 000 рублей.