

О новом в правоприменительной практике в области соблюдения рекламного законодательства в государствах-участниках СНГ

Итоги осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе за 1 полугодие 2024 года

В 1 полугодии 2024 года антимонопольные органы рассмотрели 9433 заявлений (в 1 полугодии 2023 году – 7770 заявлений) о несоответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе. По итогам рассмотрения заявлений возбуждено 1730 дел по фактам нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, в ходе рассмотрения которых пресечено 2042 нарушения (в 1 полугодии 2023 года – 1608 дел и 2108 нарушений).

Так, в 1 полугодии 2024 году возбуждено 1716 дела об административных правонарушениях (в 1 полугодии 2023 году – 1583 дел), по результатам рассмотрения которых вынесено 1232 постановления о наложении штрафа на сумму 72150000 рублей (в 1 полугодии 2023 года – 1152 постановление на сумму 62861500 рублей).

В 1 полугодии 2024 года наибольшее количество выявленных антимонопольными органами нарушений по-прежнему фиксировалось при распространении рекламы по сетям электросвязи – 33,64 % от всех выявленных нарушений (в 1 полугодии 2023 года доля нарушений составила 31,61 % всех нарушений).

Сохраняется высоким количество выявленных нарушений, приходящихся на рекламу финансовых услуг – 14,74 % (в 1 полугодии 2023 года данные нарушения составили 17,31% всех нарушений). Данный вид нарушений остается самым многочисленным видом нарушений среди всех ограничений, установленных для рекламы отдельных видов товаров.

Количество выявленной антимонопольными органами недостоверной рекламы по сравнению с предыдущим периодом снизилось и составило 8,37 % (в 1 полугодии 2023 году – 9,04 % всех выявленных нарушений).

Распространение рекламы, вводящей в заблуждение, в 1 полугодии 2024 году снизилось, составив 9,26 % (в 1 полугодии 2023 года – 10,28 % всех выявленных нарушений).

Наблюдается незначительное снижение по сравнению с прежним периодом количества нарушений, связанных с размещением рекламы товаров, реклама которых не допускается: в 1 полугодии 2024 года такие нарушения составили 4,85 % от выявленных нарушений (в 1 полугодии 2023 года – 6,41%).

Отмечается снижение количества нарушений в рекламе алкогольной продукции, в 1 полугодии 2024 года такие нарушения составили 2,94 % (в 1 полугодии 2023 года – 4,35% всех нарушений).

В части недобросовестной рекламы наблюдается увеличение количества выявленных нарушений, так в 1 полугодии 2024 года такие нарушения составили 2,55 % от всех нарушений (в 1 полугодии 2023 году – 1,48%).

В части недобросовестной рекламы наблюдается тенденция на увеличение выявленных нарушений, что вызывает определенную обеспокоенность, при этом, необходимо сравнить процентное соотношение нарушений в этой сфере по итогам года для получения более полной картины.

Характеристика отдельных нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе.

Распространения рекламы по сетям электросвязи без согласия абонента на получение такой рекламы в правоприменительной практике антимонопольного органа остается самым частым нарушением.

В качестве примера можно привести дело, рассмотренное Тверским УФАС России.

1. На основании заявления гражданина рассмотрено дело о нарушении законодательства о рекламе при распространении на телефонный номер заявителя посредством нескольких смс-сообщений рекламы без предварительного согласия на получение такой рекламы.

Как было установлено в рамках дела, оператор связи самостоятельно произвел рассылку смс-сообщений на номера своих абонентов, согласие которых на получение рекламы у ПАО «МегаФон» отсутствовало.

При этом, ПАО «МегаФон» указало, что, поскольку заявитель, использующий телефонный номер ответчика, при заключении договора об оказании услуг связи дал согласие на получение рекламы, вышеуказанное смс-сообщение было направлено с его согласия. Однако в материалы дела документы, подтверждающие доводы ответчика, в частности, договор об оказании услуг связи с указанием согласия абонента на получение рекламы, представлено не было.

Рекламораспространителем указанной рекламы являлось ПАО «МегаФон», в действиях которого было выявлено нарушение части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и впоследствии наложен штраф.

Выявление ненадлежащей рекламы финансовых услуг в правоприменительной практике антимонопольного органа является также одним из распространенных нарушений.

В качестве примера можно привести несколько дел.

2. На основании заявления гражданина, АО «Райффайзенбанк» было признано лицом, нарушившим пункт 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы дебетовой кэшбэк-карты, которая транслировалась в эфире телеканалов.

В рекламном ролике использовались недостоверные утверждения «Кэшбэк на всё», «Кэшбэк на все без условий и ограничений», «1,5% рублями, а не баллами».

ФАС России признала рекламу ненадлежащей, выдала АО «Райффайзенбанк» предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства и оштрафовала банк. Организация предоставила в службу отчет об исполнении предписания.

ФАС России также воспользовалась своим правом, на основании пункта 3 статьи 38 Закона о рекламе, и обратилась с иском в Арбитражный суд г. Москвы с просьбой обязать АО «Райффайзенбанк» осуществить за свой счёт контррекламу. Суд полностью удовлетворил иск ведомства. Позже этот подход поддержали суды двух инстанций.

Банк исполнил решение суда и предоставил в ФАС России отчет о размещении контррекламы. В ней компания указала, что антимонопольная служба признала рекламу дебетовой кэшбэк-карты недостоверной и кэшбэк начисляется не за все виды операций. Контрреклама демонстрировалась в эфире телеканала REN-TV в течение 7 дней в прайм-тайм один раз в сутки.

3. Основанием для реагирования антимонопольного органа явилось обращение гражданина с претензиями к рекламе программы лояльности АО «Альфа-Банк», которая распространялась в эфире телеканала. В рекламе утверждалось, что за открытие счета клиенту будут начислены баллы. При этом, информация о том, что акция действует только при открытии первого счета, размещалась в поясняющей сноске мелким шрифтом в течение короткого времени. Кроме того, в ролике указывалась информация о том, что продукт АО «Альфа-Банк» - это «лучшая программа лояльности». Объективные критерии сравнения услуги были также указаны в поясняющей сноске мелким шрифтом в течение короткого времени. Такая подача информации не позволяла потребителям ознакомиться с данными сносками. По мнению ФАС России, такие действия банка могут вводить потребителей в заблуждение и содержат признаки нарушения Закона о рекламе пункта 1 части 2 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

ФАС России, оценив в процессе рассмотрения дела рекламный ролик АО «Альфа-Банк» на предмет нарушения рекламного законодательства, приняла решение о наличии нарушений. Вместе с тем, АО «Альфа-Банк» также было привлечено к административной ответственности в виде штрафа в размере 500 тыс. руб.

С учетом введения регулирования в отношении рекламы, распространяемой в сети «Интернет», в практике антимонопольного органа увеличивается количество дел, связанных с нарушением запрета на размещение рекламы без маркировки.

В качестве примера можно привести следующее дело в отношении компании, которая нарушила правила размещения рекламы медицинских услуг и требования к маркировке.

4. В ФАС России поступило обращение гражданина с претензиями к рекламе сервиса «НаПоправку».

Реклама медицинских услуг распространялась без специальной пометки «реклама». Также в материалах отсутствовало предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости консультации со специалистом.

Согласно части 16 статьи 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», реклама в Интернете должна содержать соответствующую пометку, а также указание на рекламодателя или его сайт. В рекламе медицинских препаратов или услуг также должно содержаться предупреждение на основании части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» для потребителей.

ФАС России признала рекламу сервиса «НаПоправку» ненадлежащей и выдала компании предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе. Организации грозит штраф.

Несмотря на незначительное снижение по сравнению с прежним периодом количества нарушений, связанных с размещением рекламы товаров, реклама которых не допускается, подобные нарушения всё равно присутствуют в практике антимонопольного органа.

В качестве примера можно привести дело о нарушении запрета на рекламу услуг по написанию выпускных квалификационных работ.

5. Ранее в ФАС России поступило заявление гражданина с жалобой на рекламу организации «Work 5», которая предоставляла услуги по написанию рефератов, курсовых и дипломных работ. Реклама распространялась в поисковой системе Яндекс.

Размещение рекламы услуг по подготовке работ для прохождения государственной научной аттестации или экзаменов в образовательных учреждениях запрещено пунктом 10 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

По итогам рассмотрения дела ФАС России было установлено нарушение законодательства о рекламе в действиях рекламодателя «Work 5» и рекламораспространителя.

Проведение системной разъяснительной работы

Продолжается активное участие антимонопольного органа в работе, направленной на разъяснение законодательства.

В связи с отменой разъяснений ФАС России в сфере рекламы, формировавшихся многие годы, в рамках изменения подходов к оформлению разъяснений правоприменительной практики в Российской Федерации были подготовлены «Руководства по соблюдению обязательных требований» (далее - Руководства).

Подготовка указанных Руководств осуществлялась с участием предпринимательского сообщества, общественности и на основании правоприменительной практики антимонопольного органа.

В разработанных документах дана официальная позиция ФАС России по вопросам понятия рекламы, кроме



того, разъяснены общие требования, предъявляемые к рекламе отдельных видов товаров (алкогольная продукция, лекарственные средства, БАДы), требования к рекламе отдельных видов товаров (реклама финансовых услуг и финансовой деятельности), а также требования в сфере рекламы по вопросам наружной рекламы.

Продолжена работа по наполнению раздела с наглядными пособиями, необходимыми участникам рынка для правильного применения положений закона о рекламе, предусматривающих маркировку рекламы в сети Интернет.

Публикация руководств по соблюдению обязательных требований в сфере рекламы способствует правильному толкованию и применению законодательства Российской Федерации о рекламе участниками рекламного рынка, что приводит к существенному снижению нарушений законодательства о рекламе, а также сокращению поступающих обращений с целью получения разъяснений по конкретным ситуациям. Размещение наглядных «карточек», описывающих различные ситуации по применению законодательства о рекламе при распространении рекламы в сети «Интернет» на официальных страницах антимонопольного органа в социальных сетях, а также на официальном сайте ФАС России по адресу: [https://fas.gov.ru/pages/primery-reklamy-v-internete-podlezhaschey-markirovke.](https://fas.gov.ru/pages/primery-reklamy-v-internete-podlezhaschey-markirovke), позволило оперативно информировать рекламораспространителей о новых требованиях законодательства.