



Управление Федеральной антимонопольной
службы по Волгоградской области

ПУБЛИЧНЫЕ ОБСУЖДЕНИЯ
результатов правоприменительной практики
в сфере контроля рекламы и
недобросовестной конкуренции

15 марта 2023 года

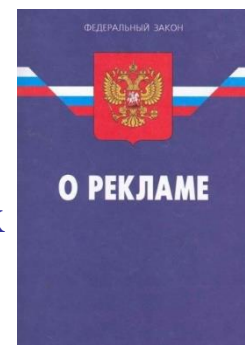


Управление Федеральной антимонопольной
службы по Волгоградской области

**Контроль рекламы:
актуальная практика Волгоградского
УФАС России**

Никуйко Ирина Борисовна,
заместитель руководителя Управления

1. **ФЗ «О рекламе»** от 13.03.2006 N 38-ФЗ + *отдельные нормы в отраслевых законах (например по ЧМ FIFA, др.)*
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (ст. **14.3**, 14.3.1, 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ)
3. **Правил рассмотрения** антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (утверждены Пост. Правительства РФ от 24.11.2020 N 1922 (ред. от 07.05.2022) **НВ! Административного регламента нет с 2021 года**
4. Положение о государственном надзоре в области рекламы (утв. *ПП* от 30.06.2021 N 1073 (ред. от 29.12.2021) **НВ! Касается только проверок**
5. **Разъясняющие письма ФАС России по рекламе**
Письмо ФАС России от 02.12.2022 № МШ/109196-ПР/22 об отмене разъяснений ФАС (из 233 - 190 по рекламе)
НО – подходы сохраняются. **Будет принято Руководство по соблюдению обязательных требований** (срок неизвестен, ФАС обещает до конца 2023 года)



Основные изменения рекламного законодательства с 2021 года

- *Никотинсодержащая продукция и приборы приравнены к табаку, запрет рекламы* – дополнен п. 8 ст.7 (01.2021).
- *Запрет на стационарную звуковую наружную рекламу* – ч. 3.2 ст. 19 (с 08.2021).
- *Дополнение разрешения рекламирования помимо рос. игристого вина + крепленого с определенными ограничениями* (ст. 21) (01.2022).
- *Изменение в ст. 33 Полномочия ФАС – отделение полномочий по рассмотрению дел от гос. контроля/надзора* (04.2021) → ПОСЛЕДСТВИЯ в 12.2022.
- *Запрет на распространение рекламы на сайте иностранного лица, если РКН принял решение о данном запрете + ФЗ от 01.07.2021 N 236-ФЗ "О деятельности иностранных лиц в сети "Интернет" на территории РФ»* (07.2022).
- *Изменения в ст. 25 по БАДам – реклама заменителей женского молока – предупреждение о преимуществах грудного вскармливания* (08.2022).
- ***Введена новая ст. 18.1 Реклама в сети Интернет*** (09.2022). Настройка и пробация.
- *Реклама не должна содержать информацию, пропагандирующую/демонстрирующую нетрадиционные сексуальные отношения/предпочтения, педофилию, смену пола* (ч. 4 ст. 5 дополнена п 6) (с 12.2022).
- *Изменение в ст. 27 реклама азартных игр – использование образов лошадей, жокеев, места размещения уточнены* (12.2022).
- ***ПЛАНЫ*** (обсуждаются ФАС с бизнес-сообществом) – *уточнение понятий, исключений; реклама финуслуг, дистанционной продажи, алкоголя, букмекеров...*

- ✓ **Актуализация исключений из понятия рекламы** - ч. 2 ст. 2 дополнить пунктами 10 и 11 следующего содержания:
 - «10) информацию о товаре, его продавце или производителе, размещенную в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» **на сайте** владельца **агрегатора** информации об однородных товарах или **на сайте такого товара, его производителя или продавца**, не имеющую в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющуюся социальной рекламой;
 - «11) сведения об указателе страницы сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», выдаваемые оператором поисковой системы для доступа к запрашиваемой информации, расположенной на сайтах в сети «Интернет», принадлежащих иным лицам, не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой» (**поисковая выдача**);
- ✓ Дополнения в ч. 1 ст. 18
 - Дополнить упоминанием всплывающих **push-уведомлений**
- ✓ Дополнения в ч. 3 ст. 21
 - Уточнение по **формату предупреждения о вреде алкоголя** на радио и ТВ



Проверки в сфере рекламы последние 8 лет не проводились. Запрет плановых проверок по рекламе, внеплановых по факту тоже нет. Проводить проверки по рекламе не имеет смысла.

Основные инструменты контроля: рассмотрение заявлений, наблюдение/мониторинг, запросы информации и рассмотрение **рекламных дел**, потом административных (КоАП)

Дела в основном по заявлениям (97% по заявлениям, 1-3% по собств. инициативе).

Требования к заявлению – см. п. 14 Правил рассмотрения дел

Что смотрит ФАС? ПРЕЖДЕ ВСЕГО!

Оценка на предмет **реклама ли это** (п.1 ст.3 и ст.2 ФЗ «О рекламе»)

Основные признаки рекламы (терминология сейчас широко дискутируется):

- цель : формирование/поддержание интереса, продвижение на рынке
- направленность на неопределенный круг лиц потребителей информации
- Не относится ли к информации, которая не является рекламой

➤ Штрафы по рекламе (отдельные примеры):

ч.1 ст.14.3 (основная) : юр.л. -100т.р.-500 т.р., д.л. (ИП) – 4т.р.-20 т.р., граждане -2т.р. – 2,5 т.р.

СМЯГЧЕНИЕ (замена на ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ)!

с июля 2016 – МСП и их должностные лица

с января 2021 – и некоммерческие и их должностные лица

с января 2023 **НОВАЯ ПОЗИЦИЯ ФАС России (письмо от 27.12.2022**

№ МШ/116843/22 «О применении норм КоАП при выявлении нарушения законодательства о рекламе»). По адм. делам, возбужденным не по результатам проверок, а по результатам рассмотрения рекламных дел ст. 4.1.1. КоАП (замена штрафа на предупреждение за впервые совершенное) не применяется, скидка при оплате в течении 20 дней не применяется (ч. 1.3. ст. 32.2 КоАП).

Изменения внесены в свете реформы КНД (ФЗ-248, изм. в ФЗ О рекламе).

ФАС признает двойкость прочтения норм. Ожидает обильной судебной практики.

✓ **неисполнение в срок предписания (ч.2.4. ст.19.5)**

✓ **непредоставление информации (ч.6 ст.19.8)**

ВАЖНО! По ст. 19.5 и 19.8 предупреждения в соответствии со ст. 4.1.1. КоАП не применяются



<i>Контроль рекламы</i>	<i>2020 год</i>	<i>2021 год</i>	<i>2022 год</i>
рассмотрено заявлений	165	188	135
возбуждено дел	107	109	78
выявлено нарушений	52	69	56
выдано предписаний	25	52	28
<i>Обжаловано решений/предписаний в суд</i>	3	6	3
<i>Доля отмененных судом решений</i>	0%	0%	0%

- Последние 3 года количество *жалоб граждан* на нарушения рекламного законодательства остается примерно на одном уровне (140-180 в год). До этого пиковый рост жалоб 2014, 2015, 2019 годы – 250 и более.
- Примерно по 40% заявлений возбуждаются дела (ранее по 20-30%). Качество заявлений выросло, меньше жалоб не по компетенции.
- С 2012 года в Управлении курс на снижение количество возбуждений дел *по инициативе УФАС* (с 21% от всех дел в 2012 до 1% в 2022). Сознательная политика УФАС: граждане активны, им виднее где их права ущемлены, акцент на неформальные нарушения.
- Доля прекращенных дел снизилась за 3 года (с 17% до 4%), нарушения в основном подтверждались.
- Большая доля дел по федеральной рекламе, по полномочиям, предоставленным ЦА ФАС России (как правило, по ходатайству УФАС). Доля дел УФАС с полномочиями переданными ФАС России увеличилась с 25% в 2020м до 40% в 2022 году.
- Положительная судебная практика – в пользу УФАС.

Динамика постатейной структуры нарушений, в % от выявленных нарушений

Выявленные нарушения	2020 год	2021 год	2022 год
ст.5 ч.2 недобросовестная реклама	0%	0%	0%
ст.5 ч.3 недостоверная реклама	17%	16%	11%
ст.5 ч.5 в рекламе не допускается	4%	0%	2%
ст.5 ч.6 «неэтичная» реклама	12%	4%	0%
ст.5 ч.7 отсутствие сущ. инф.	4%	4%	5%
ст.7 запрещенные к рекламе товары	2%	4%	4%
ст.8 дистанционная продажа	2%	3%	2%
ст.16 реклама в периодич. печатных изданиях	2%	1%	4%
ст.18 реклама без согласия по сетям эл.св.	31%	57%	59%
ст.21 <i>реклама алкоголя</i>	12%	3%	13%
ст.24, 25 реклама лекарственных средств, БАДов	2%	1%	0%
ст.28 реклама финансовых услуг	19%	32%	14%

Самые распространенные нарушения за последние 3 года

- ☐ Спам-реклама без согласия, реклама финуслуг с нарушениями и недостоверная реклама – «лидеры» нарушений последние годы.
- ☐ Реклама **по сетям электросвязи** без согласия абонентов почти половина жалоб на звонки (раньше в основном на смс-рекламу).
- ☐ Реклама **финансовых услуг** с нарушениями (не указание лица, неполные сведения о стоимости займов, реклама нелегальных участников рынка).
- ☐ **Недостоверная реклама** и реклама, вводящая в заблуждение (выявляются опасные практики заведомо ложной рекламы – заманивают привлекательной рекламой, потом обманывают при покупке, есть признаки мошенничества - 6 дел по рекламе **автосалонов, отдельные оконные компании**).
- ☐ **Наружная реклама алкоголя** (в основном пива в местах продажи, поступает масса заявлений относительно вывесок – не рекламы, отказы в возбуждении даются).

ч. 1 ст. 18 - распространение рекламы по сетям электросвязи допускается только при условии предварительного согласия абонента.

Рекламораспространитель доказывает получение согласия.

Способы: смс, звонки, месенджеры, эл. почта, push-уведомления



СУДЕБНАЯ ПРАКТИКА: согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя. Согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы

Указание имени в смс-рекламе – не исключает рекламного характера сообщения.

Больше стало звонков.

Объяснения, уловки: это, якобы, не реклама, а соцопросы, маркетинговые исследования, т.к. не называется конкретная организация (стоматология и пр.); базу приобрели на сайте; согласие получено при регистрации клиента на сайте в качестве согласия на обработку персональных данных... и пр. и пр.

! Согласие на рекламу должно быть получено до самого рекламного звонка

Договор присоединения – практика по банкам и операторам связи

Среди лиц, допустивших распространение рекламы без согласия абонента (ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе) зачастую кредитные и иные фин. организации, включая банки.

Выявлялись нарушения со стороны в том числе «Почта-Банк», «Сбербанк», «Альфа-Банк», «ВТБ», «Газпромбанк», «МТС-Банк», других кредитных организаций

Выявленные нарушения как правило связаны с тем, что **согласие** на получение рекламной информации **включалось как обязательное условие в договора комплексного обслуживания в банке**. Данная практика сложилась до формирования подходов судов по рассмотрению такой категории дел и не была откорректирована кредитными организациями с учетом актуальной практики антимонопольных органов.



АКТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД:

Включение подобного условия в договор на банковское обслуживание в ситуации, когда у потенциального клиента отсутствует возможность вносить в него какие-либо изменения и при несогласии с таким условием клиент вынужден полностью отказаться от заключения договора, **противоречит принципу добровольности, закрепленному гражданским законодательством, и не соответствует требованиям ч. 1 ст. 18 Федерального закона «О рекламе».**

ПРИМЕРЫ ДЕЛ: спам-реклама финансовых услуг

Распространенный формат спам-рекламы – якобы это ответ на заявку на займ.

МФК «ЦФП» - дела 034/05/21-1/2021, решение от 21.06.2022, № 18-03-18-02/670 от 20.03.2019

Смс с буквенных номеров :

- ✓ от Denga: «*Ваш займ: Статус предварительно одобрен, ждёт в офисе. Адреса: denga.ru»;*
- VIVADENGI: «*получите 40 000 rub. на 12 мес. по ставке от 0,39% в ден! Можно погасит досрочно в любой момент! Tel. 88005555202 ООО МФК ЦФП*»;

Заявок не было, надлежащего согласия на рекламу не было

Рекламу распространяла сама микро-финансовая компания «Центр финансовой поддержки»

Нарушение ч. 1 ст. 18, ч. 1 и ч. 3 ст. 28 ФЗ О рекламе

! Не только ст.18

Рассылка персонализированных СМС-сообщений с предложением о получении займа без указания полного перечня условий с/о предоставления – нарушение ч. 3 ст. 28



ВАЖНО! НОВАЯ ПРАКТИКА. Московское областное УФАС. Дело № А40-269247/2021 Альфа-банк отрицал факт заказа рекламы. Суд: банк имеет прямой коммерческий интерес в распространении указанной рекламы, значит он - рекламодатель

ПРИМЕРЫ ДЕЛ: реклама финансовых услуг (ПК – не КПК)

Решения по делам № 034/05/28-144/2021 от 27.04.2021 (радио)

№ 034/05/28-526/2021 от 04.08.2021 (наружка) по материалам ЮГУ ЦБ

Наружная реклама «Принимаем личные сбережения, выдаем займы под залог недвижимости. Ставка до 17 % годовых, срок от 3 месяцев. Потребительский кооператив Станичник www.KPKSTANICHNIK.RU»

Рекламодатель ПО «ПК «Станичник» (ОГРН: 1193443007658) не является кредитным кооперативом, а является потребительским обществом, созданным в форме потребительского кооператива.

Ранее работавший в регионе Кредитный потребительский кооператив «Станичник» (ОГРН: 1023402631658) с созвучным наименованием и тем же председателем правления ликвидирован в августе 2020 года.

ПО «ПК «Станичник» не является профессиональным участником финансового рынка и не имеет права привлекать денежные сбережения граждан, а также предоставлять займы неограниченному кругу лиц и, соответственно, рекламировать данный вид деятельности.

Нарушения ч. 1, ч 13, ч. 14 ст. 28 ФЗ О рекламе



Сайты-каталоги, сайты объявлений – не реклама, но возможны исключения

The screenshot shows a web browser window with the URL `volgograd.irr.ru/business/business-services/credit/realnaya-pomosch-v-oformlenii-kredita-dazhe-s-plohoj-ki-advert716715383.html`. The page title is "Реальная помощь в оформлении кредита даже с плохой КИ". The main content area is divided into two columns. The left column contains an "Описание" section with a list of bullet points detailing credit services, including interest rates and terms. The right column features a "3 000 000 Р" offer, a "Показать телефон" button, and several promotional images and text blocks, including "Помощь в получении кредита" and "Кредит под залог с плохой КИ! 7,4%". A red circular button with a white envelope icon is visible in the bottom right corner of the page content.

Реальная помощь в оформлении кредита даже с плохой КИ

3 000 000 Р [Показать телефон](#)

Описание

Помощь в решении сложных задач по кредиту для физических лиц.

- Потребит кредиты, на развитие бизнеса, автокредиты (до 3.000.000 Р)
- Банковская ставка от 12,9 до 18,9 %, без страховки!
- Есть варианты с плохой КИ, или нулевой, и без подтверждения дохода
- Гарантированно Без предоплат. Оплата только по факту.
- Индивидуальный подход
- Имеем надёжные связи в крупных банках, что позволяет нам положительно и законно влиять на одобрение по кредиту.
- Так же оказываем юридическую помощь по закрытию долгов, без процедуры банкротства.
- Работаем только с адекватными клиентами, которые не платят мошенникам, сами таковыми не являются, и у которых реальные цели.

Содействие в подборе финансовых продуктов и организаций оказывает ООО «Прайм Групп» ОГРН 1187746283042 Лицензия выдана АО «Райффайзенбанк» - №3292, от 17.02.2015
Владимир Миронов [Свернуть](#)

Об объявлении

— Район города: Центральный

Содействие в подборе финансовых услуг/организаций

Помощь в получении кредита

Кредит под залог с плохой КИ!
7,4%

Реклама

ОПОРТУНИТИ

Займы для предпринимателей - Решение за 15 минут

Рекламодатель не обнаружен («черные кредиторы», нелегалы).

Рекламораспространитель (ИРР) устранил нарушение и убрал в издании рубрику «Помощь в получении кредита»

Дело № 034/05/18-540/2020

решение март 2021

ООО «Солнечный свет»,
ООО «Технологическая
компания Центр»
(Санлайт и Столото)

2019-2020 годы - «Заведомо недостоверная» реклама как маркетинговый ход (Уходим с рынка/ Закрываем все магазины).

В 2021 реклама совместной акции, организованной лотереей «Столото» и ювелирной сетью «Sunlight».

Не справившись с потоком покупателей в предновогодние дни Sunlight, не предупредив своего партнера «Столото», который осуществлял рекламную рассылку с промокодами, решило приостановить акцию на неделю.

Сообщение о приостановке акции Sunlight разместил на своем сайте, но его партнер, не зная об этом, продолжал рассылать **недостоверную рекламу об акции**.

Суд. дело № А12-18568/2021 Попытка подлога документов суду. Суд подтвердил законность решения о признании рекламы недостоверной и вывод о виновности рекламодателя ООО «Солнечный свет» в распространении недостоверной рекламы.

Штраф только на ООО «Солнечный свет» (Sunlight) 150 т.р..
Отсутствие вины «Столото».



2 дела в 2021 из 6 дел в период 2019-2021 гг. (недостоверность относительно продавца, %-х ставок автокредитов, реклама финуслуг с нарушением).

1. Автоцентр «Волга» (Волгоград, ул. Авторемонтная, 17) ООО «Виктори»
Через «Яндекс. Директ» активно рекламировался автокредит от 4,5%, ссылка на сайт также с недостоверной информацией о банках-партнерах.

ООО «Яндекс» исполнено предписание.

2. Автоцентр «Волга-град» **Обжаловано в суде ООО «Яндекс» (судебное дело №А12-26194/2020)**

3. Автоцентр «Лазурит авто»

4. Автоцентр «Восход авто»

5. Автоцентр «Росток-авто»

6. Автоцентр «Гольф-авто»

Комплексный объект рекламирования, в т.ч. автозаймов.

п. 4, п. 20 ч. 3 ст. 5, ст. 9, ч. 1, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

! Суд подтвердил: Если указана ставка % (а это цена финансовой услуги) → значит объект рекламирования в т.ч. и финансовая услуга.



Новая Lada по цене от 309 900 Р

Скидки до 278 900 Р. Кредит 2,9%. Первый платеж в подарок. Оставь заявку! volga-grad.ru

Запрет рекламы с января 2021 года (п. 8 ст. 7 ФЗ)

1. Дело № 034/05/7-668/2021) сентябрь 2021 на кассе магазина «Магнит» рекламы как стикера «Здесь продаются стики для IQOS».



2. Дело № 034/05/7-1262/2021 январь 2022 года реклама в виде «Прайс листа» устройства для потребления никотина «Ploom S».

ТЕКСТ:

*«ПРАЙС ЛИСТ
на устройства
нагревания табака
PLOOM МОДЕЛЬ S
490 рублей**

990 рублей

*Зарегистрироваться***

*В базу данных совершеннолетних
никотинсодержащей продукции
(изображение QR-кода)*

**При условии регистрации в базе
потребителей*

Никотинсодержащей продукции

*** Услуга доступна для совершеннолетних потребителей
никотинсодержащей продукции*

*18+ ПРОДУКТ НЕ ИСКЛЮЧАЕТ РИСКИ И ВЫЗЫВАЕТ
ПРИВЫКАНИЕ»*



1. Дело № 034/05/7-668/2021) сентябрь 2021 на кассе магазина «Магнит» рекламы как стикера «Здесь продаются стики для IQOS».

Стороны – «Филип Морис», «Тандер».
Решение не обжаловалось
Судебное дело № А32-21/2022 обжалуется штраф на АО «Тандер» (50 т.р.).
Не в пользу УФАС три инстанции.
Подана кассационная жалоба в ВС РФ.

ПРЕЦЕДЕНТ – Реклама ли это?

На кассе магазина в обстоятельствах, когда указан конкретный бренд, в магазине продаются товары других брендов, существуют законодательные ограничения по представлению информации о данных товарах

2. Дело № 034/05/7-1262/2021 январь 2022 года реклама в виде «Прайс листа» устройства для потребления никотина «Ploom S».

Стороны - ООО «Дж. Т. И. Инновационные продукты» (Японская табачная компания) , «Тандер»
Квалификация - п. 8 ст. 7, ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе.

Судебное дело по решению - № А12-10804/2022 (отказ от иска).

Суд по постановлению штраф «Тандер» 150 т.р. – № А32-53560/2022.

«Дж.Т.И.» штраф не обжаловали.

Примеры дел: «неэтичная» реклама

ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе: запрет на использование в рекламе бранных слов, непристойных, оскорбительных образов, сравнений и выражений.

В УФАС сложилась обширная практика по пресечению неэтичной рекламы не только местного, но и федерального формата.

ВНИМАНИЕ ! Замена букв или даже всего слова звёздочками не обязательно избавит от проблемы – всё дело в **восприятии** с учетом контекста.

2021 год – все 3 дела по ч. 6 ст. 5 касались реклам суши баров.



I. Пресечение рекламы

Дело № 034/05/5-943/2021, решение октябрь 2021.

История: Сеть действовала с 2016 года. ФНС зарегистрировно ООО с фирменным наименованием - «Ёбидоёби». Суд в Красноярске по вывеске в пользу Общества с указанием якобы перевода с японского («День недели суббота»).

Попытка регистрации ТЗ в Роспатенте.

К моменту прихода сети в Волгограде – решение СИП, отказ в регистрации ТЗ.

В деле объяснения от ИП–франчайзи – это международная товарная марка.

Изучение данных на сайте ВОИС – установлен отказ в регистрации международной товарной марки.

Суд по решению - A12-35564/2021 все 3 инстанции в пользу УФАС.

Верховный суд отказал Обществу в принятии жалобы (13.03.2023).

Штраф – 150 т.р.. Обжалуется (A33-26112/2022).



II. Попытка пресечения использования имени сети:

ФНС подан иск о переименовании (№ A33-31075/2022, 27.03.23 заседание)

Нечистоплотным методам маркетинга можно противостоять. Бизнесмены

Использующие подобные «изобретательные» приемы рискуют не только сами, но и подвергают излишним предпринимательским рискам своих партнеров, в данном случае многочисленных предпринимателей по всей стране, приобретших у ООО «ЁбиДоЁби» франшизу с таким брендом.

Примеры дел: «неэтичная» реклама. Экспертный совет

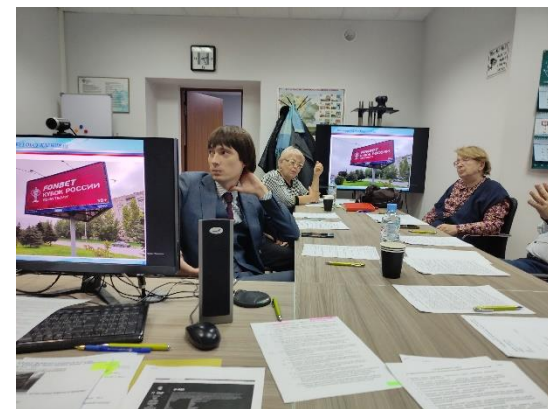
В оценке восприятия помогает совещательный орган - **Экспертный совет по применению законодательства о рекламе при Волгоградском УФАС**.
Создан при УФАС в мае 2017 года.

Состав обновляется. 15 членов Совета (2 из УФАС +13 экспертов).

Задачи:

- ✓ экспертиза и оценка содержания и восприятия рекламы, в том числе оценка этичности рекламы
- ✓ разработка рекомендаций по совершенствованию надзора и законодательства...

Всего прошло 10 заседаний, оценено около 50 реклам.



Заседание 10.08.2021. Оценка восприятия социальной рекламы –
Письмо с рекомендацией федеральному рекламодателю.

Заседание 07.11.2022. Оценка восприятия рекламы «спортивного мероприятия».
Письмо РФС и организатору азартных игр.

Протоколы на сайте УФАС в разделе Экспертный совет

*Ценность обратной связи общества с участниками рынка рекламы, государством.
Позволяет применить более широкий подход, уделить внимание важным, но не
формализованным в законодательстве моментам.*



