**ДОКЛАД**

**ИТОГИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КИРОВСКОГО УФАС РОССИИ ПО КОНТРОЛЮ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ ЗА 9 МЕСЯЦЕВ 2022 ГОДА. НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ.**

* **Контроль за соблюдением законодательства о рекламе.**

 Одной из сфер деятельности Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области является осуществление функций контроля и надзора за соблюдением законодательства в сфере рекламы путем как рассмотрения обращений лиц, поступивших в антимонопольный орган, так и самостоятельного выявления сотрудниками Управления признаков нарушения законодательства РФ о рекламе.

За отчетный период 2022 г. в Кировское УФАС России поступило 253 заявления относительно наличия нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В отчетном периоде рассмотрено 29 дел о нарушении рекламного законодательства, принято 25 решений о признании рекламы ненадлежащей, 4 дела было прекращено ввиду неподтверждения нарушения. Выдано 13 предписаний об устранении нарушения рекламного законодательства, 12 предписаний исполнено, 1 находится в стадии исполнения.

Основные виды нарушений требований рекламного законодательства, выявленные Кировским УФАС России за отчетный период:

- реклама, распространяемая по сетям электросвязи в отсутствие согласия абонента на ее получение;

- распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого на внешних стенах зданий, строений, сооружений.

- нарушение в области рекламы финансовых услуг;

- нарушение в области рекламы медицинских услуг;

- отсутствие в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рассмотрим данные виды нарушений более подробно.

1). Звуковая реклама.

Запрет на распространение рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого на внешних стенах зданий, строений, сооружений. относительно новый. Соответствующие изменения в Закон о рекламе вступили в силу с 25 августа 2021 года (ст. 19 закона дополнена ч. 3.2).

До внесения в закон данных изменений специальных требований к распространению звуковой рекламы, кроме запрета на распространение такой рекламы с использованием транспортных средств, Закон о рекламе не содержал. Отсутствие регламентации порядка распространения звуковой рекламы приводило к злоупотреблению со стороны рекламораспространителей, граждане часто жаловались на подобную рекламу.

Данные же изменения направлены на защиту интересов граждан в целях снижения на них нежелательной информационной нагрузки в виде звуковой рекламы в общественных местах.

Как следствие, с 25.08.2021 не допускается распространение звуковой рекламы вне зависимости от уровня громкости рекламы, которая распространяется с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий строений, сооружений (таких как крыльцо, наружные лестницы, балконы, лоджии, террасы, веранды, отдельные стойки колонны, столбы для поддержки перекрытий или крыши, линии электропередач, столбы освещения). При этом указанная норма Федерального закона "О рекламе" не обуславливает данный запрет каким-либо расстоянием до жилых домов.

Следует отметить, что данный запрет распространяются исключительно на конструкции, транслирующие рекламу, т.е. на звуковое оборудование, транслирующее музыку или иную информацию, не являющуюся рекламой и не содержащую рекламу, положения Федерального закона "О рекламе" не распространяются. Также требования указанной нормы не распространяются на социальную рекламу.

Кроме того, требование части 3.2 статьи 19 Федерального закона "О рекламе" не применяются к звуковой рекламе, которая распространяется с использованием звукотехнического оборудования, размещаемого не на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений. Как следствие, само по себе распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, размещаемого не на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, нарушением требований Федерального закона "О рекламе" не является.

Комиссией Кировского УФАС России было рассмотрено 12 дел в связи с распространением звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого на внешних стенах зданий, строений, сооружений. Все нарушения устранены. Виновные лица привлечены к адм. отв.

2). Перейдем к следующему виду нарушения, который встречается в рекламе финансовых услуг.

Распространение ненадлежащей рекламы на рынке финансовых услуг к сожалению встречается довольно часто.

Финансовые услуги неизменно пользуются большим спросом, в первую очередь среди граждан, которым важно получить кредит/займ на наиболее выгодных условиях либо выбрать наиболее эффективный и выгодный способ вложения денежных средств. Поэтому достоверность рекламы финансовых услуг имеют существенное значение для защиты прав граждан.

Зачастую рекламодатели неосознанно, а в каких то случаях и намеренно, не указывают в рекламе все существенные условия рекламируемой финансовой услуги. А как оказывается впоследствии, это существенно влияет на выбор потребителя.

Одно из наиболее частых видов нарушений при размещении рекламы финансовых услуг - использование в рекламе способ доведения информации, при котором сведения о привлекательных и выгодных условиях получения кредита или размещения вклада дается большим форматом, а все остальные важные условия, которые являются неотъемлемой частью договоров кредита или вклада и не всегда выгодны для потребителя, предоставляются мелким нечитаемым шрифтом. Конечно это способствует неправильному восприятию рекламной информации и вводит потребителей в заблуждение.

Размещение рекламы таким способов безусловно свидетельствует о недобросовестности такой рекламной информации.

В качестве примера здесь можно привести следующее.

При осуществлении государственного надзора Управлением была зафиксирована рекламная информация о дебетовой карте банка, размещенная на стационарной рекламной конструкции.

Рассматриваемая реклама финансовой услуги содержала сведения о совершении всех покупок по карте с кэшбеком, но фактически умалчивала об иных условиях, влияющих на сумму доходов и расходов, которые получат потребители, оформившие дебетовую карту, а именно об условии о максимальном размере вознаграждения, о дифференцированных процентных ставках начисления кэшбека, о минимальной сумме остатка средств для начисления процента, об условиях бесплатного обслуживания, при не соблюдений которых оплата составляет 90 руб.

Поскольку все существенные условия обслуживания дебетовой карты были представлены в рекламе мелким нечитаемым шрифтом данная реклама способна обмануть ожидания потребителей привлекательными условиями, указанными крупным читаемым шрифтом.

Таким образом, спорная рекламная информация была признана ненадлежащей и нарушающей требования Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавалось ввиду добровольного прекращения нарушения.

Ответственность за данное правонарушение возложена на рекламодателя. В рассматриваемом случае рекламодателем являлся банк.

Решение было обжаловано в судебном порядке. Суды двух инстанций поддержали позицию УФАС и оставили в силе решение антимонопольного органа.

В отношении юридического лица и виновного должностного лица были возбуждены дела об административном правонарушении. На юридическое лицо наложен штраф в размере 100 000 руб., на должностное лицо – 4000 руб.

Постановление в отношении юридического лица было обжаловано в судебном порядке, Арбитражный суд Кировской области оставил постановление в силе.

3). Далее перейдем к следующему виду нарушения. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи в отсутствие согласия абонента на ее получение (т.н. спам реклама);

Наверное каждый сталкивался с получением себе на телефон звонков или сообщений, содержащих рекламу. Эта модель рекламы стало очень распространенной. Вопрос массовых рекламных рассылок на сегодняшний день является актуальным.

Распространение рекламы по сетям связи (в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи) допускается только при условии предварительного согласия абонента на получение рекламы.

Именно согласие абонента является ключевым фактором. Без него sms или телефонный звонок признаются незаконными.

Не допускается также использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозванивания, автоматической рассылки).

Так, в Управление поступило обращение гражданина по вопросу получения на абонентский номер звонка от банка с рекламной информацией окредитной карте с использованием средств автоматического дозванивания*,* в отсутствие согласия абонента на ее получение.

Указанная реклама была распространена в отсутствии согласия абонента на получение рекламной информации.

Из содержания представленной записи телефонного разговора, следовало, что в ходе осуществления звонка использовались средства выбора и набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание), поскольку предоставленный аудиофайл содержал заранее записанный аудиофрагмент, представляющий собой последовательность речи человека.

 При таких обстоятельствах Комиссия Кировского УФАС России признала рекламу ненадлежащей. Выдано предписание о прекращении нарушения рекламного з/д.

Рекламодателем спорной рекламы являлся банк. Юридическое лицо было привлечено к ответственности в виде штрафа в размере 100 000 руб., к должностному лицу применена мера ответственности в виде штрафа в размере 4000 руб. Штрафы оплачены.

Следует отметить, что центральный аппарат ФАС России совместно с операторами связи разработали сервис обращений граждан к операторам для оперативной блокировки нежелательной рекламы, которая поступает абонентам без их согласия. Сервис был запущен 1 июня 2022 г. Соответствующая форма для подачи жалобы оператору на спам-рекламу имеется на[сайтеHYPERLINK "https://fas.gov.ru/pages/zhaloby-sms"](https://fas.gov.ru/pages/zhaloby-sms)ФАС(на главной странице в верхнем правом углу)и на сайтах операторов связи.

С помощью специальной формы абонент может оставить жалобу на поступившую голосовую или смс-рекламу. Для этого нужно в ручном режиме заполнить форму. При составлении жалобы нужно указывать свой номер и номер, с которого пришла рекламная информация. Далее информация по каждой жалобе поступит в единую систему, а все подключенные к ней операторы заблокируют номер в течение 72 часов после обработки заявки и подтверждения, что номер действительно распространял спам.

4). Следующее нарушение - нарушение в области рекламы медицинских услуг.

Основное нарушение при распространении рекламы медицинских услуг связано с отсутствием предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Так, в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило обращение физического лица по вопросу распространения в одной из групп в социальной сети «ВКонтакте» рекламы стоматологических услуг медицинского центра без предупреждающей надписи. По факту распространения указанной рекламы было возбуждено дело о нарушении рекламного законодательства. Спорная реклама была признана ненадлежащей, поскольку она нарушала требования ФЗ «О рекламе». Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации не выдавалось в связи с добровольным устранением нарушения. Рекламодатель и рекламораспространитель привлечены к ответственности.

Еще 1 пример, в Кировское УФАС России поступило обращение физического лица по вопросу распространения в газете Мой PRO город рекламной информации медицинских услуг в отсутствие предупреждения о наличии противопоказаний и необходимости предварительной консультации специалиста.

Спорная реклама была признана ненадлежащей, поскольку она нарушала требования «О рекламе». Рекламодателю и рекламораспространителю выданы предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации. Исполнено. Виновные лица привлечены к адм. ответственности.

5). Еще одно нарушение - отсутствие в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В качестве примера приведу следующее дело.

В Кировское УФАС России поступило заявление физического лица по факту распространения в журнале «Бизнес класс» информации о службе технической поддержки Apple в Кирове.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что компания Эппл не имеет собственной службы технической поддержки на территории г. Кирова и Кировской области. Рекламируемая точка по ремонту техники «Apple» не является официальным сервисом «Apple» и к самой компании «Apple» не имеет отношения, а занимается ремонтом и сервисным обслуживанием техники «Apple».

Отсутствие в спорной рекламе сведений о том, что рекламируемая организация не имеет отношения к компании «Apple», искажает смысл информации, поскольку потребителем данная реклама воспринимается как реклама услуг, оказываемых непосредственно компанией «Apple».

По результатам рассмотрения дела спорная реклама признана ненадлежащей поскольку противоречит требованиям Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе». Рекламодателю было выдано предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства. Рекламодатель привлечен к отв.

6). В отчетный период также было рассмотрено одно дело по факту размещения рекламы с использованием бранных слов, непристойных и оскорбительных образов.

Так, в Управление поступили заявления МКУ «Городская реклама», территориального Управления по Ленинскому району г. Кирова по вопросу размещения рекламы сауны на задней и боковых сторонах кузова транспортного средства, припаркованного на автостоянке рядом с площадью Маршала Конева в г. Кирове.

Спорная реклама содержала фразу*,* в котором было завуалировано бранное слово, используемое в качестве ругательств или оскорбления. Также в рекламе присутствовали образы полуобнаженных мужчин и женщины. Данные образы нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Реклама признана ненадлежащей, рекламодатель привлечен к отв.

Далее поговорим об изменениях, внесенных в ФЗ о Рекламе. Здесь следует отметить свежие изменения, которые вступили в силу с 01 сентября 2022 г. В ФЗ о рекламе введена ст. 18.1 «Реклама в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Положениями статьи предусмотрен порядок передачи сведений о рекламе от различных участников процесса в специальную информационную систему для целей учета рекламы, введен новый субъект - операторы рекламных данных, которые должны передавать сведения в систему и на которых возложена обязанность по присвоению идентификаторов рекламы.

 Введено положение о том, что реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", должна содержать пометку "реклама", а также указание на рекламодателя такой рекламы или сайт, содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы.

**2.Выявление фактов недобросовестной конкуренции.**

За отчетный период в Кировское УФАС России поступило 38 заявлений относительно наличия признаков нарушения антимонопольного законодательства в действиях хозяйствующих субъектов, связанных с недобросовестной конкуренцией.

В указанном периоде было выдано 2 предупреждения, которые были исполнены.

В качестве примера можно привести следующее предупреждение.

В Кировское УФАС России поступило заявление ООО «Кировский завод электромагнитов «ДимАл» по поводу совершения ООО «Крановое оборудование «ВиКрон» недобросовестных действий путем использования в наименовании предлагаемого к продаже грузоподъемного оборудования буквенных сочетаний, используемых ООО «ДимАл» для обозначения аналогичного товара, производимого заявителем.

Установлено, что ООО «ВиКрон» указывало на своих сайтах информацию о том, что Общество является производителем предлагаемого к продаже оборудования, что не соответствовало действительности и вводило в заблуждение потребителей, поскольку фактическим производителем указанного оборудования является ООО «ДимАл». У потребителей могло сформироваться ошибочное мнение, что продукция ООО «ВиКрон» изготавливается данным предприятием, либо выпускается под контролем завода «ДимАл», что не соответствует действительности.

Кроме того, ООО «ВиКрон» осуществляло действия по изменению при реализации продукции наименования оборудования на обозначение, содержащее буквенные сочетания (аббревиатуры) продукции заявителя, что также вводило (могло ввести) потребителей в заблуждение относительно изготовителя товара.

Рассматриваемые действия имели целью получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности за счет деловой репутации конкурента в виде привлечения клиентов (покупателей) конкурента, что приводит (может привести) к перераспределению спроса на соответствующем товарном рынке. У покупателей, в свою очередь, формируется (может сформироваться) мнение о том, что ООО «ВиКрон» имеет официальные полномочия (является дилером, иным уполномоченным лицом) по производству и реализации продукции с обозначением ООО «ДимАл». Результатом указанных действий является (может являться) причинение убытков заводу «ДимАл» либо нанесение вреда его деловой репутации.

Таким образом, в рассматриваемых действиях ООО «Викрон» содержались признаки нарушения п. 3 ст. 14.2 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции». В связи с чем, в адрес данного лица было направлено предупреждение о необходимости прекращении действий, которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства.

Предупреждение исполнено.

Кировским УФАС России было возбуждено 4 дела по признакам нарушения антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции.

Так, в Кировское УФАС России поступило обращение ООО Кировское производственное предприятие «Прожектор» на действия ООО «Россмед-сервис» в связи с наличием, по мнению заявителя, признаков недобросовестной конкуренции.

Заявитель указал, что ООО «Россмед – сервис» использует название «Котельничские крышки» при оформлении крышек металлических для домашнего консервирования, производимых в г. Челябинске по заказу Общества, копирует название «Котельничские крышки», используемое ООО КПП «Прожектор» для оформления производимого им аналогичного товара.

В ходе рассмотрения дела Комиссией Кировского УФАС России был сделан вывод о наличии опасности смешения в глазах потребителя товаров, реализуемых ООО «Россмед – сервис» и ООО КПП «Прожектор», результатом чего может являться ошибочный выбор потребителя при приобретении товара, когда он принимает товар одного производителя за товар другого производителя, либо полагает, что оба товара производит одно лицо. Вышеуказанные действия содержат в себе квалифицирующие признаки акта недобросовестной конкуренции, поскольку негативно влияют на рынок реализации крышек металлических для домашнего консервирования, влекут создание необоснованного конкурентного преимущества на нем.

Решением Комиссии Кировского УФАС России (по делу № 043/01/14.6-827/2020 от 17 марта 2021 года) в действиях ООО «Россмед - Сервис» признан факт нарушения части 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.06 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и выдано предписание о прекращении нарушния амз.

ООО «Россмед – сервис» обжаловало решение и предписание а.о. в судебном порядке. Арбитражные суды трех инстанций подтвердили правильность выводов Кировского УФАС России и отказали Россмед-сервис в удовлетворении заявленных требований. В качестве суда кассационной инстанции по указанному спору выступал Суд по интеллектуальным правам, который в полном объеме согласился с выводами УФАС.

ООО «Россмед – сервис» и его должностное лицо привлечены к административному штрафу в размере 100 000 и 15000 руб. соответственно. Постановления были обжалованы в ФАС России. ФАС России оставил данные постановления в силе. В настоящее время постановления о наложении штрафа обжалуются в судебном порядке.

Приведу еще 1 пример.

В Кировское УФАС России поступило заявление АО «КировПассажирАвтотранс» по вопросу осуществления индивидуальным предпринимателем регулярных пассажирских перевозок по маршруту № 202 «Киров-Богородское» без наличия разрешительных документов.

Кировским УФАС России было установлено, что единственным официальным перевозчиком по маршруту № 202 «Киров-Богородское» являлось АО «КПАТ», имеющее разрешительные документы на осуществление соответствующей деятельности. Вместе с тем, ИП осуществлял регулярные пассажирские перевозки по маршруту № 202 «Киров-Богородское» перед временем отправления автобусов ОАО «КПАТ» в отсутствие заключенного по итогам открытого конкурса договора на право осуществления перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по межмуниципальному маршруту, без расписания движения, утвержденного Министерством транспорта Кировской области, а также без карт маршрута регулярных перевозок.

По результатам рассмотрения дела в действиях ИП был признан факт нарушения статьи 14.8 Федерального закона от 26.07.06 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившегося в осуществлении регулярных пассажирских перевозок по маршруту № 202 «Киров-Богородское» в отсутствие разрешительных документов, что привело к созданию необоснованных преимуществ для индивидуального предпринимателя, нанесло (могло нанести) ущерб деловой репутации конкурента – АО «КПАТ», а также причинило (могло причинить) ему убытки, соответственно, является актом недобросовестной конкуренции.

Предписание не выдавалось в связи с добровольным устранением нарушения.

Не согласившись с решением Кировского УФАС, ИП обжаловал его в суд. Арбитражный суд Кировской области отказал в удовлетворении заявленных требований и признал решение УФАС законным и обоснованным.

Анализируя статистику дел можно делать вывод о том, что столь малое число установленных фактов нарушения антимонопольного законодательства является положительным фактором и связано с введением с 1 января 2016 года института предупреждений, который позволяет не возбуждать антимонопольному органу дела в случае добровольного принятия мер лицом по устранению нарушения.

Кроме того, для достижения указанных показателей Кировское УФАС России на постоянной основе проводит активную разъяснительную и аналитическую работу, направленную на предупреждение нарушений антимонопольного и рекламного законодательства:

- проведение обучающих семинаров, круглых столов с хозяйствующими субъектами, представителями СМИ, рекламными агентствами;

- проведение пресс – конференций о результатах работы по выявлению и пресечению нарушений рекламного и антимонопольного законодательства;

- размещение информации на официальном сайте.