



*«Свобода конкуренции и эффективная
защита предпринимательства ради
будущего России»*



Саранск, 26 марта 2019 г.

ПОВЕСТКА



ДНЯ

1. Об утверждении Плана работы Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Мордовском УФАС России на 2019 год
2. Об изменениях в составе Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Мордовском УФАС России
3. 15 лет с момента создания Федеральной антимонопольной службы: краткие итоги и достижения Мордовского УФАС России по государственному надзору за соблюдением законодательства о рекламе
4. Разное

ПЛАН РАБОТЫ

Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Мордовском УФАС России на 2019 год

I КВАРТАЛ

1. Об утверждении Плана работы Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Мордовском УФАС России на 2019 год.
2. Об изменениях в составе Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Мордовском УФАС России.
3. 15 лет с момента создания Федеральной антимонопольной службы: краткие итоги и достижения Мордовского УФАС России по государственному надзору за соблюдением законодательства о рекламе.

II КВАРТАЛ

1. О саморегулировании рекламной отрасли.
2. Обсуждение особенностей действия запрета на размещение рекламы на платежных документах для внесения платы за жилое помещение и коммунальные услуги.
3. Рассмотрение конкретных примеров рекламы, выявленной на текущий период, с целью ее оценки на соответствие требованиям законодательства РФ о рекламе (при наличии предложений членов Экспертного совета либо поступивших обращений органов исполнительной власти и местного самоуправления, потребителей рекламы).

III КВАРТАЛ

1. Обсуждение вопросов оценки этичности в рекламе.
2. Рассмотрение конкретных примеров рекламы, выявленной на текущий период, с целью ее оценки на соответствие требованиям законодательства РФ о рекламе (при наличии предложений членов Экспертного совета либо поступивших обращений органов исполнительной власти и местного самоуправления, потребителей рекламы).

IV КВАРТАЛ

1. Обсуждение особенностей защиты несовершеннолетних от негативного воздействия рекламы.
2. Рассмотрение конкретных примеров рекламы, выявленной на текущий период, с целью ее оценки на соответствие требованиям законодательства РФ о рекламе (при наличии предложений членов Экспертного совета либо поступивших обращений органов исполнительной власти и местного самоуправления, потребителей рекламы).

Для проведения оценки конкретной рекламы на её соответствие требованиям законодательства РФ о рекламе могут быть проведены внеплановые заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Мордовском УФАС России.





История антимонопольного регулирования в современной России ведет свой отчет с 14 июля 1990 года.

22 сентября 1998 года упразднен ГАК РФ, на его месте образовано Министерство Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства (МАП России)

15 лет назад, 9 марта 2004 года было упразднено МАП России, а его полномочия были переданы **вновь образованной Федеральной антимонопольной службе**

НАША МИССИЯ:

Свобода конкуренции и эффективная защита предпринимательства ради будущего России

НАШ ДЕВИЗ:

Законность, равенство, справедливость

НАШИ ЦЕННОСТИ:

Открытость, сотрудничество, эффективность

НАШИ ЦЕЛИ:

1. Благоприятная конкурентная среда в сферах деятельности хозяйствующих субъектов, не являющихся естественными монополиями;
2. Равный доступ к товарам (работам, услугам) естественных монополий, и развитие конкуренции в потенциально конкурентных видах их деятельности;
3. Прекращение антиконкурентного вмешательства органов власти в функционирование рынков, высокая эффективность бюджетных расходов при размещении государственного и муниципального заказа;
4. Эффективная реализация государственной политики в области контроля иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства



С 1 июля 2006 года вступил в действие новый Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (утратил силу Федеральный закон от 18.07.1995 № 108-ФЗ «О рекламе»)



Концептуальное обновление норм нового Закона по отношению к прежнему:

- изменилось определение рекламы и уточнен круг информации, которая не является рекламой;
- изменены некоторые существовавшие ранее определения терминов, используемых законодательством о рекламе, а также сформулированы определения новых терминов;
- появились новые положения, направленные на предупреждение распространения завуалированной рекламы товаров, ограниченных к рекламированию;
- появились дополнительные общие требования к рекламе;
- отменено требование о сообщении в рекламе сведений о том, что товар подлежит обязательной сертификации, а также требование об указании лицензии при рекламировании лицензируемого вида деятельности;
- изменены нормы, направленные на защиту несовершеннолетних в рекламе;
- появились требования к рекламе товаров при дистанционном способе их продажи;
- установлены требования к рекламе, сообщающей о проведении стимулирующих мероприятий;
- изменились требования к порядку размещения рекламы в телепрограммах и радиопрограммах;
- конкретизирован порядок распространения наружной рекламы и установки рекламных конструкций;
- изменились требования, предъявляемые к рекламе на транспорте;
- появились новые требования к рекламе, распространяемой по сетям электросвязи;
- существенно изменились требования к рекламе отдельных видов товаров (алкоголя, табака, азартных игр);
- определены требования к содержанию рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг;
- впервые установлены требования к рекламе биологически активных добавок;
- уточнены и значительно конкретизированы требования к рекламе финансовых услуг;
- включены новые требования к рекламе услуг по заключению договоров аренды, рекламы деятельности медиаторов;
- конкретизирована ответственность рекламодателя и рекламораспространителя за нарушение законодательства о рекламе;
- произошли изменения в составе полномочий антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы



Часть 9 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»:

Рассмотрение антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, осуществляется в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

- Правила рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508)
- Положение о государственном надзоре в области рекламы (утверждено постановлением Правительства РФ от 20.12.2012 № 1346)
- Административный регламент Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утвержден приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 (зарегистрирован в Минюсте России 27.05.2013 № 28533))

Статистика Мордовского УФАС России по выявлению нарушений в сфере рекламы

15 лет (с разбивкой по годам)	Рассмотрено заявлений	Возбуждено дел	Принято решений		Выдано предписаний	Обжаловано решений в суд	Возбуждено производство административных дел за нарушение	Применено административных штрафов на сумму (тыс. руб.)	Обжалован о постановле ний о наложении штрафа
			О прекращении производства по делу	О признании нарушения					
2004	1	18	9	9	9	1	16	21	1
2005	12	28	22	6	6	-	27	108	1
2006	-	12	1	11	8	-	15	22	-
2007	9	22	-	22	10	-	24	179	1
2008	7	22	-	22	30	2	33	276	2
2009	10	23	-	23	31	1	34	244	3
2010	7	23	-	23	27	-	27	142	-
2011	17	23	-	23	39	-	40	499	2
2012	5	27	-	27	40	1	50	348	2
2013	21	23	-	26	38	-	21	656	-
2014	129	84	10	74	99	8	37	2056	3
2015	47	20	-	20	27	1	11	124	6
2016	32	18	1	17	24	5	22	510	2
2017	39	27	5	22	33	5	17	712	3
2018	52	19	1	18	11	3	21	150	1
ВСЕГО:	388	392	49	343	432	27	395	6047	27

Результаты Мордовского УФАС России по теме общероссийской специализации «Проблемные вопросы применения законодательства о рекламе, в том числе, части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в сфере рекламы, являющейся актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством»

Год	Оценка* ФАС России	Краткий комментарий
2013	9 баллов	Реализация специализации активно велась как на теоретическом, так и на практическом уровне. Сотрудники управления активно участвуют на семинарах и совещаниях. Оказывается помощь иным антимонопольным органам. Актуальность вопросов высокая, выводы управления о применении положений Федерального закона «О рекламе» правильные
2014	9 баллов	Деятельность по реализации специализации (контроль в сфере электроэнергетики и проблемные вопросы применения законодательства о рекламе) считать лучшим достижением
2015	9 баллов	Хорошая, грамотная правоприменительная практика, проработанные решения. Активное взаимодействие с заинтересованными лицами по вопросам применения законодательства о рекламе
2016	10 баллов	Управление аккумулировало работу по пресечению распространения рекламы нелегальных кредиторов и профилактике нарушений, связанных с распространением рекламы финансовых услуг и финансовой деятельности, что позволило сформировать положительную правоприменительную практику и закрепить позиции эффективного государственного надзора в сфере рекламы финансового посредничества
2017	9 баллов	Управление организовывало и участвовало в конференциях, совещаниях по вопросам специализации, проводились заседания экспертного совета. Нарботана правоприменительная и судебная практика по вопросам специализации. Подготовлены предложения по совершенствованию правоприменительной практики и практики обмена опытом между антимонопольными органами
2018	9 баллов	В период подготовки и проведения ЧМ 2018 года по футболу в г. Саранске применение мер превентивного характера, направленных на предупреждение нарушений законодательства о рекламе, их актуальность и эффективность. Нарботка правоприменительной практики по привлечению к административной ответственности по основаниям ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ.

* шкала оценки 0 – 10 баллов



Экспертный совет по применению законодательства о рекламе при Мордовском УФАС России

- ✓ Создан и действует с 2004 года
- ✓ Консультативно – совещательный орган
- ✓ Работа Экспертного совета - неизменная часть специализации Мордовского УФАС России
- ✓ Проведено более 50 заседаний
- ✓ Проведена экспертиза и оценка содержания более 20 макетов рекламы
- ✓ Члены Экспертного совета входят в состав жюри Республиканского конкурса социальной рекламы «За честную конкуренцию»
- ✓ Существенным достижением стало принятие эмблемы Экспертного совета, оригинал – макет которой победил в IV Республиканском конкурсе социальной рекламы «За честную конкуренцию» в 2016 году и в настоящее время используется в качестве символа Экспертного совета



Республиканский конкурс социальной рекламы «За честную конкуренцию»

- ❖ Проведено 5 конкурсов в период с 2013 года по 2017 год
- ❖ Видеоролик социальной направленности «Правила одинаковы для всех» победивший на I Республиканском конкурсе в 2013 году, демонстрировался на информационных площадках ЦА ФАС России и на центральном телевидении



Пример применения на практике Мордовским УФАС России рекомендаций Экспертного совета



В 2014 году в региональном радиоэфире распространялась реклама «По бабам, по бабам – он ходит по бабам! По барам, по барам – сидит с кем попало! А если сегодня поедет опять – такси, как всегда, будет ждать! Служба заказа такси Максим тридцать три, тридцать три, тридцать три» при рассмотрении которой, учтено мнение Экспертного совета касающееся ассоциативного восприятия такой рекламы.

Рекламой продвигалась деятельность ООО «Амальтея», не являющегося таксомоторной организацией, а оказывающего лишь услуги по приему заявок и их передаче любым водителям без идентификации их статуса в качестве перевозчиков такси, что не гарантировало потребителям прибытие именно такси.

Решение Комиссии Мордовского УФАС России реклама признана нарушающей требования пункта 2 части 3 статьи 5, часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе содержались недостоверные сведения об услугах службы заказа Максим с не присущей им специализированной направленностью на вызов такси, а из-за наличия в ней непристойных и оскорбительных слов и выражений, которые воспринимаются как пренебрежительное, фамильярное отношение к женщинам и позиционируют беспечный, разгульный образ жизни мужчины как социальную норму такая реклама признана неэтичной.

Рекламодатель ООО «Амальтея» привлечен к административной ответственности в виде штрафа в сумме 100 000 рублей

Акты антимонопольного органа поддержаны судами всех инстанций по делу №А39-7035/2014.

Практика Мордовского УФАС России в последующем успешно тиражирована другими территориальными антимонопольными органами



Из истории публикаций в СМИ

Коммерсант

(Н. Новгород) №150 от 13.08.2005

Мордовское территориальное управление Федеральной антимонопольной службы (ФАС) рассмотрело дело по факту нарушения рекламного законодательства частным предпринимателем Еленой Бикмурзиной.

Проступок, по мнению антимонопольщиков, выразился в размещении на шатре из ПВХ-материала логотипа одной из марок пива (предприниматель реализует марки пива, производимых Sun Interbrew). УФАС, признав пивную палатку объектом наружной рекламы, вынесло в адрес госпожи Бикмурзиной предупреждение, а та добровольно прекратила распространение рекламы, вывернув свой тент наизнанку. В результате надписи оказались внутри павильона, нарушение было устранено, а предпринимателя не оштрафовали, ограничившись предупреждением.

Как сообщила «Ъ» старший помощник прокурора Ленинского района Саранска Инна Мещерякова, проверка павильонов, торгующих пивом, была вызвана тем, что многие из них расположены в непосредственной близости от образовательных, спортивных и культурных учреждений города. Прокуратура решила разобраться в том числе и с содержанием надписей на палатках. Было возбуждено соответствующее административное дело, итогом рассмотрения которого стало привлечение предпринимателя к ответственности. Поводом послужил именно логотип пива, размещенный на тенте.

В свою очередь представитель Мордовского УФАС Лариса Васенкина в беседе с «Ъ» заметила, что дело было возбуждено прокуратурой Ленинского района Саранска по ст. 14.3 КоАП «Нарушение законодательства о рекламе» и передано на рассмотрение управления. Назначив дату рассмотрения, управление ФАС предписало предпринимателю «прекратить распространение рекламы с нарушением закона». Госпожа Васенкина подчеркнула, что предприниматель мог по своему выбору убрать палатку, закрасить или закрыть надписи, а также вывернуть палатку текстом внутрь. Госпожа Бикмурзина выбрала последнее. Учитывая добровольное устранение нарушения до рассмотрения дела управление не оштрафовало торговца и ограничилось предупреждением.

На заседании комиссии УФАС представитель прокуратуры принес очередное постановление о возбуждении аналогичного дела в отношении другого предпринимателя, осуществляющего торговлю пивом, выпускаемым компанией «Балтика». Аналогичные проверки проводят другие районные прокуратуры Саранска. Кампания продлится весь август.

По словам менеджера по корпоративным связям Саранского филиала Sun Interbrew Алексея Шавенцова, решение антимонопольщиков Sun Interbrew «понятно», а «предприниматель выбрал тот вариант поведения, который посчитал необходимым». Обжалование же решения, как подчеркнул господин Шавенцов, находится в компетенции конкретного ответчика.

«Логика антимонопольного управления, признавшего торговое оборудование рекламной конструкцией, такова: отныне рядом с библиотекой будет невозможно пройти в майке с надписью „Толстяк“, — заявила „Ъ“ частный предприниматель Елена Бикмурзина. — Это тоже будет нарушением закона о рекламе, и майку, видимо, придется выворачивать наизнанку». О планах обжаловать решение УФАС она распространяться не стала.

ЕВГЕНИЙ ВАСИЛЬЕВ, Саранск



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !



www.mordovia.fas.gov.ru



mordovia_fas

