**Правоприменительная практика по соблюдению рекламного законодательства**

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе сотрудниками Рязанского УФАС России выявлен факт распространения в бесплатном мобильном приложении Instagram (социальная сеть в Интернет) рекламы кирпичной компании «Брикус», с изображением на фоне кирпичной стены в окне полуобнаженной девушки, тело которой слегка прикрыто шторой и цветком, и подписью «Дом там, где можно ходить без лифчика». Кроме того, размещена следующая надпись «Кирпичная компания брикус, брикус-рязань.рф, 505-605».

В соответствии с частью 6 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Кроме того, на заседании Экспертного совета при Рязанском УФАС России 31.01.2018 членами совета принято решение, что реклама кирпичной компании «Брикус»: «Дом там, где можно ходить без лифчика» - нарушает требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

06 апреля 2018 Комиссией Рязанского УФАС России рассмотрено дело о нарушении рекламного законодательства со стороны ООО «Агентство недвижимости «Зеленый сад» при изготовлении и распространении рекламы на рекламной конструкции вдоль проезжей части после перекрестка автодорог:  Рязань-Спас-Клепики и Солотча (напротив поворота на с. Агро-Пустынь), следующего содержания: *«*GREEN PARK Солотча Комплекс элитных апартаментов Ипотека от 5999 руб/мес. 77 77 77 зеленыйсад.рф*»,* поскольку она не соответствуют требованиям части 1, 2 статьи 28, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела указанное нарушение рекламодателем ООО «Агентство недвижимости «Зеленый сад» устранено.

В связи с чем, Комиссией было принято решение: предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

В «бегущей строке» вещателя ЗАО «Видикон-К» во время сетевого партнера распространялись сообщения частного характера, объявления о приме на работу и региональная реклама, при этом не выявлена информация, запрещенная к распространению в СМИ, а также информация эротического характера. Продолжительность вещания «бегущей строки» в промежуток времени с 22:00 до 23:00 12.03.2018 составляет 00:08:20, объем рекламы в этот час составляет 00:05:30, что составляет 73% от объема «бегущей строки» в час. Продолжительность вещания «бегущей строки» в промежуток времени с 21:00 до 22:00 16.03.2018 составляет 00:12:42, объем рекламы в это час составляет 0:09:20, что составляет 66% от объема «бегущей строки» в час. Данные показатели превышают установленное значение на объем рекламы не более 15% в час. В данные временные промежутки производились вещание сетевым партнером телеканала «Ю-ТВ» с выявленными признаками нарушения закона о рекламе.

В соответствии с частью 3 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе) общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы (в том числе такой рекламы, как телемагазины), прерывания телепрограммы рекламой (в том числе спонсорской рекламой) и совмещения рекламы с телепрограммой способом "бегущей строки" или иным способом ее наложения на кадр телепрограммы не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течение часа.

Рязанским УФАС России было возбуждено дело о нарушении рекламного законодательства на основании материалов, перенаправленных из Управления Роскомнадзора по Рязанской области, по результатам проведения планового мероприятия систематического наблюдения в отношении ООО «Крылья», владельца лицензии на вещание радиоканала.

В ходе рассмотрения дела управлением было установлено, что общая продолжительность рекламных сообщений в радиоканале «Радио проект» на частоте 102,0 МГц превышает 20% в течение суток, что является нарушением части 2 статьи 15 Федерального закона о рекламе.

Согласно части 2 статьи 15 Закона о рекламе  в радиопрограммах, не зарегистрированных в качестве средств массовой информации и специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, продолжительность рекламы не может превышать двадцать процентов времени вещания в течение суток.

Комиссией Рязанского УФАС России принято решение о признании ООО «Крылья», нарушившим требования части 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе» и о привлечении общества к административной ответственности.

Основанием для возбуждения дела послужило обращение по поводу навязчивого звонка от компании «М-Клиник» при отсутствии согласия заявителя на получение подобной рекламы.

03.04.2018 Рязанское УФАС России возбудило дело №167-05-1/2018 по признакам нарушения части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

Установлено, что телефонный номер, с которого осуществлялся звонок рекламного характера, принадлежит ООО «М-Клиник».

В ходе рассмотрения дела Общество не признало факт совершения нарушения рекламного законодательства. Рекламодатель настаивает, что телефонные звонки не являлись рекламой.

18.04.2018 комиссия признала ООО «М-Клиник» нарушившим часть 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе Рязанским УФАС России 06.03.2018 выявлен факт ненадлежащей рекламы в журнале SHOP&GO Рязань за февраль 2018 год.

Рязанское УФАС России по итогам рассмотрения дела в отношении ООО «ОЛМИ Медиа» приняло решение о признании рекламодателя и рекламораспространителя, нарушившим Закон о рекламе и выдало ему предписание о прекращении нарушения.

Издатель журнала по своей инициативе опубликовал рекламу и допустил ошибку: информация со специальном предложением на медицинскую услугу вышла без предупреждения о наличии противопоказаний к ее применению и необходимости получения консультации специалиста.

Рязанское УФАС России выявило в действиях общества нарушение части 7 статьи 24 Закона о рекламе, выразившиеся в отсутствии наличия противопоказаний в полном объеме.

Рязанское УФАС России выявило в действиях строительной компании ООО «Строитель» нарушение ч. 1, 3, 14 ст. 28, ч. 10 ст. 19 Федерального закона «О рекламе».

В ходе проводимого мониторинга наружной рекламы г. Рязани сотрудниками Рязанского УФАС России был установлен факт, указывающий на признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

На многоквартирном доме, застройщиком которого является строительная компания ООО «Строитель», размещена рекламная конструкция в виде настенного панно следующего содержания *«Строитель Ипотека 4,8% 32-84-64 8-920-632-88-93»,* что является нарушением ч. 1, 3, 14 ст. 28, ч. 10 ст. 19 рекламного законодательства.

Частью 6 статьи 38 о рекламе предусмотрена ответственность рекламодателя, в том числе за нарушение требований частей 1, 3, 14 статьи 28 Закона о рекламе.

Комиссией Рязанского УФАС России принято решение о признании ООО «Строитель», нарушившим требования законодательства.

Из обращения следует, что на радиостанции «Радио 7 –Рязань 105,0 FM» транслируется ежедневно с многократным повторением реклама услуг и нефтепродуктов сети АЗС «Змей Горыныч» с текстом следующего содержания: «Цена ниже, качество выше».

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 ФЗ "О рекламе" недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В данной рекламе отсутствует подтверждение того, что на АЗС «Змей Горыныч» "качество выше, цена ниже". Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением должна считаться недостоверной.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ "О рекламе" недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими производителями или реализуются другими продавцами.

В указанной рекламе присутствует информация, содержащая сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями, без указания на конкретный критерий, по которому идет сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ "О рекламе".

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о "самом", "лучшем", "абсолютном", "единственном" и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства.

Таким образом, в вышеуказанной рекламе присутствует информация сравнительной характеристики "качество выше, цена ниже" без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ "О рекламе".

Рязанское УФАС России установило, что в марте 2018 года компания разместила в газете рекламную информацию об акции организации следующего содержания: «Межевание в марте 6 000 рублей».

 Антимонопольная служба признала, что данная реклама противоречит требованиям рекламного законодательства, поскольку содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

В ходе рассмотрения дела управлением установлено, что стоимость межевания 6000 рублей распространялась только для садоводческих участков правильной формы, небольшого размера.

Таким образом,  в рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы, что противоречит части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" указано, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг/ приобретения товара.

 Рязанское УФАС России признало рекламодателя данной рекламы ООО Хозяйственно-правовой центр «Формула» нарушившим рекламное законодательство.