

## **Итоги осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе за 2014 год**

### **Общая структура нарушений.**

В 2014 году антимонопольные органы рассмотрели более 28 тысяч фактов, указывающих на событие нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (в 2013 году – более 19,5 тысяч фактов).

В 2014 году антимонопольные органы рассмотрели 22603 заявления (в 2013 году – 11716 заявлений) о несоответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе. В результате проделанной работы возбуждено производство 7245 дел по фактам нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, в ходе рассмотрения которых пресечено 8062 нарушения (в 2013 году – 5612 дела и 8555 нарушений).

В зависимости от характера нарушения и его негативных последствий для конкуренции, потребителей и общества в целом антимонопольные органы применяют к нарушителям меры административного наказания и административного воздействия.

Так, в 2014 году возбуждено 5796 дел об административных правонарушениях (в 2013 году – 4738 дел), по результатам рассмотрения которых вынесено 3562 постановления о наложении штрафа на сумму 151 819 800 рублей (в 2013 году – 4342 постановления на сумму 153 276 200 рублей), в том числе 20 постановлений за неисполнение предписания о прекращении нарушения на сумму 4 382 000 рублей (в 2013 году – 23 постановления на сумму 4 596 000 рублей).

В соответствии с Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, вынесено 4831 предписание о прекращении нарушения (в 2013 г. – 3970 предписаний).

Наибольшее число нарушений в 2014 году связано с распространением рекламы по сетям электросвязи без согласия абонента – 47,17% всех выявленных нарушений (при этом этот показатель существенно вырос по сравнению с 2013 годом, когда он составлял 13,15% всех нарушений), на фоне роста данного показателя, процентное соотношение иных нарушений в общем числе выявленных сократилось. По-прежнему довольно велико количество нарушений в сфере рекламы финансовых услуг – 11,16% всех нарушений (в 2013 году – 14% от выявленных нарушений). Число нарушений в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг и биологически активных добавок – 6,8% всех нарушений (при этом этот показатель существенно сократился по сравнению с 2013 годом, когда он составлял 21,38% всех нарушений). Распространение рекламы,водящей в заблуждение, в 2014 году составило 6,13% всех нарушений, что вполне сопоставимо с данными 2013 года (в 2013 году – 7,8% всех нарушений). Количество недостоверной рекламы осталось примерно на том же уровне – в 2014 году такие нарушения составили 6,28% всех нарушений (в 2013 году – 8%).

Количество нарушений в рекламе алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака и табачной продукции сократилось по сравнению с предыдущим годом (в 2014 году – 4,04% всех нарушений, в 2013 году – 9,54%).

Количество недобросовестной рекламы не претерпело существенных изменений: в 2014 году – 1,09% всех нарушений (в 2013 году – 1,51%), а также количество неэтичной рекламы в 2014 году – 1,25% (в 2013 году – 1,51%).

### Статистика нарушений за 2014 г. (в процентах)

