

Итоги осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе за 2016 год

Общая структура нарушений.

В 2016 году антимонопольные органы рассмотрели около 20 тысяч фактов, указывающих на событие нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (в 2015 году – около 21 тысячи фактов).

В 2016 году антимонопольные органы рассмотрели 12190 заявлений (в 2015 году – 14664 заявления) о несоответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе. В результате проделанной работы возбуждено производство 4805 дел по фактам нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, в ходе рассмотрения которых пресечено 6659 нарушений (в 2015 году – 6598 дел и 7870 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 2016 году возбуждено 4718 дел об административных правонарушениях (в 2015 году – 5066 дел), по результатам рассмотрения которых вынесено 2945 постановлений о наложении штрафа на сумму 129 543 800 рублей (в 2015 году – 3984 постановления на сумму 199 597 600 рублей), в том числе 18 постановлений за неисполнение предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе на сумму 2 332 000 рублей (в 2015 году – 231 постановление на сумму 29 666 000 рублей).

В соответствии с Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, вынесено 4230 предписаний о прекращении нарушения (в 2015 г. – 4726 предписаний).

В 2016 году наибольшее количество выявленных антимонопольными органами нарушений составили нарушения в рекламе финансовых услуг – 14,03% от всех выявленных нарушений (в 2015 году данные нарушения составили 12,24% всех нарушений). Число нарушений в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг и биологически активных добавок также составляет значительную долю всех выявляемых нарушений – 13,67% всех нарушений (в 2015 году – 7,61% всех нарушений).

Существенным образом в 2016 году снизилось количество нарушений при распространении рекламы по сетям электросвязи, достигнув уровня 2013 года (в 2016 году – 13,29% всех выявленных нарушений, в 2013 году – 13,15%), что связано, в первую очередь, с изменением законодательства о связи в части осуществления рассылок, которые привели к сокращению нарушения в данной сфере по сравнению с предшествующими годами (в 2015 году такие нарушения составили 31,4% всех выявленных нарушений, в 2014 году – 47,17% всех выявленных нарушений).

Распространение рекламы, вводящей в заблуждение, в 2016 году составило 8,09% всех нарушений, что вполне сопоставимо с данными 2015 года (в 2015 году – 7,48% всех нарушений). Количество недостоверной рекламы несколько выросло по сравнению с предшествующим годом – в 2016 году такие нарушения составили 10,81% всех нарушений (в 2015 году – 9,75%).

Также незначительно увеличилось количество нарушений в рекламе алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, по сравнению с предыдущим годом (в 2016 году – 6,31% всех нарушений, в 2015 году – 4,87%). Количество недобросовестной рекламы не претерпело существенных изменений: в 2016 году – 2,67% всех нарушений (в 2015 году – 1,98%), а также количество неэтичной рекламы в 2016 году – 1,89% (в 2015 году – 1,65%).

Статистика нарушений за 2016 г. (в процентах)

