

## **Итоги осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе за 2019 год.**

### **Общая структура нарушений.**

В 2019 году антимонопольные органы рассмотрели 18179 заявлений (в 2018 году – 15312 заявлений) о несоответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе. В результате проделанной работы возбуждено производство 4068 дел по фактам нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, в ходе рассмотрения которых пресечено 7056 нарушений (в 2018 году – 3970 дел и 5389 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 2019 году возбуждено 4315 дел об административных правонарушениях (в 2018 году – 4034 дел), по результатам рассмотрения которых вынесено 1541 постановления о наложении штрафа на сумму 114 676 100 рублей (в 2018 году – 1477 постановлений на сумму 78 710 300 рублей), в том числе 29 постановлений за неисполнение предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе на сумму 3 178 000 рублей (в 2018 году – 30 постановлений на сумму 4 271 000 рублей).

В соответствии с Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, вынесено 2422 предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе (в 2018 г. – 2734 предписания).

В 2019 году наибольшее количество выявленных антимонопольными органами нарушений фиксировалось при распространении недостоверной рекламы, такие нарушения составили 22,4% (в 2018 году – 18,24% всех выявленных нарушений).

По-прежнему высокий процент выявленных нарушений приходится на рекламу финансовых услуг – 22,1% (в 2018 году данные нарушения составили 12,75% всех нарушений), количество которых существенно выросло по сравнению с прошлым периодом, и которые также являются самыми многочисленными нарушениями среди всех ограничений, установленных для рекламы отдельных видов товаров.

При этом заметно снизилась доля нарушений в рекламе по сетям электросвязи – 12,86% от всех выявленных нарушений (в 2018 году данные нарушения составили 20,04% всех нарушений).

Распространение рекламы,водящей в заблуждение, в 2019 году составило 14,45% всех нарушений, что несколько выше данных 2018 года (в 2018 году – 11,56% всех нарушений).

Отмечается увеличение почти вдвое количества нарушений в рекламе алкогольной продукции по сравнению с предыдущим годом (в 2019 году – 9,12% всех нарушений, в 2018 году – 4,77%).

Число нарушений в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг и биологически активных добавок сократилось по сравнению с прошлым годом – в 2019 году они составили 4,42 всех нарушений (в 2017 году – 7,57% всех нарушений).

При этом несколько возросло количество неэтичной рекламы в 2019 году – 2,42 (в 2018 году – 1,35%).

Вместе с тем отмечается снижение недобросовестной рекламы: в 2019 году – 1,96% всех нарушений (в 2018 году – 3,27%).

### Статистика нарушений за 2019 г. (в процентах)

