Полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора(контроля) в сфере рекламы определены статьей 33 главы 5 закона № 38-ФЗ «О рекламе».

Начнем с того, что 5 статьей закона о рекламе установлены общие требования к рекламе. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама запрещены.

**Недобросовестной признается реклама в случае:**

1) [некорректн](consultantplus://offline/ref=CB774069FE0C57D40D0554FC22D8ED3FF8633FC1962E857064DA212A74094E365E81A213F8BC423AjA18N)ого сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

3) представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания, которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара;

4) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

[**Недостоверной**](consultantplus://offline/ref=C18CA344DBE36C15F05325D498D3B7EEBC465E11812F4FB22AB6B168F2F6F2F90B488E56CB048DEDtC7FN) **признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:**

1) о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

2) о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

3) об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;

4) о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара;

5) об условиях доставки, обмена, ремонта и обслуживания товара;

6) о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара;

7) об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара;

8) о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций;

9) об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;

10) о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;

11) о результатах исследований и испытаний;

12) о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара;

13) о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар;

14) об объеме производства или продажи рекламируемого или иного товара;

15) о правилах и сроках проведения конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии;

(в ред. Федерального [закона](consultantplus://offline/ref=C18CA344DBE36C15F05325D498D3B7EEBC405F1781214FB22AB6B168F2F6F2F90B488E56CB0489E7tC7FN) от 28.12.2013 N 416-ФЗ)

16) о правилах и сроках проведения основанных на риске игр, пари, в том числе о количестве призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари, сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари, об их организаторе, а также об источнике информации об основанных на риске играх, пари;

17) об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;

18) о месте, в котором до заключения договора об оказании услуг заинтересованные лица могут ознакомиться с информацией, которая должна быть предоставлена таким лицам в соответствии с федеральными законами или иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;

19) о лице, обязавшемся по ценной бумаге;

20) об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Так, в пределах своих полномочий Чеченским УФАС России в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением данного законодательства при проверке наружной рекламы выявлены ряд нарушений по ч.7 ст. 24 закона о рекламе, то есть за рекламу лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий без сопроводительной надписи о наличии противопоказаний к их применению и использованию, и необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Стоит отметить, что данные нарушения допущены хозяйствующими субъектами по незнанию законодательства.

Также Чеченским УФАС России были рассмотрены дела о нарушении закона о рекламе в отношении хозяйствующих субъектов, находящихся за пределами Чеченской Республики в рамках переданных полномочий. В следствие чего были возбуждены дела об административном правонарушении за нарушение части 1 статьи 18 рекламного законодательства за распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи без предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы и выданы предписания о прекращении нарушения закона.