

# Саморегулирование рекламной отрасли планируется распространить на весь Закон о рекламе

26 июля 2019, 09:30

*Накануне, 25 июля 2019 года, ФАС России, эксперты и участники рынка обсудили ключевые вопросы в становлении саморегулируемой организации в рекламной отрасли*

*"Проект саморегулирования в рекламной отрасли уже обрел определенные формы, но это еще не середина и даже не начало пути, – сказал заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров, открывая заседание комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере рекламы. – Исходя из опыта 48 юрисдикций, в которых параллельно существуют и государственное регулирование, и саморегулирование рекламной сферы, мы начали проект по созданию СРО в сентябре 2017 года в Санкт-Петербурге. В таких странах большую часть дел по нарушениям рекламного законодательства рассматривают саморегулируемые организации. И мы также видим нашу задачу в смещении акцента с государственного регулирования на саморегулирование".*

Как отметил Андрей Кашеваров, случаи недобросовестной конкуренции при продвижении хозяйствующими субъектами товаров и услуг часто встречаются в рекламе. При этом, если в антимонопольном законодательстве есть институт предупреждения, которым ФАС России достаточно успешно пользуется, то в рекламном законодательстве такая опция отсутствует. В представлении ведомства СРО, помимо прочего, воплотит в себе и эту функцию, оперативно отражая и реагируя на ситуацию на рынке.

*"Вместе с тем государственный орган не будет дублировать и повторять действия СРО. Заявления по обжалованию таких решений планируется сразу направлять в суд", – отметил замглавы ФАС России. Он также напомнил, что судебная практика ведомства составляет менее 0,5 % проигранных дел в сфере рекламного законодательства.*

*"В вопросе определения границ регулирования мы также посчитали наиболее целесообразным наделить СРО возможностью контроля за исполнением всего Закона о рекламе, не ограничивая ее какими-то отдельными частями Закона", – сказал спикер.*

По его словам, в настоящий момент озвучено предложение в рамках саморегулирования рассматривать дела не только в отношении участников СРО, но и в отношении всего рынка. Такая модель представляется более эффективной, основанной на конкурентных и объективных принципах. При этом процедура вступления в СРО должна будет носить недискриминационный характер, а участники рынка должны будут иметь возможность вступать в него на любом этапе существования органа. Предполагается, что вступить в СРО смогут как целые объединения и ассоциации, так и индивидуальные члены.

Резюмируя сказанное, Андрей Кашеваров подчеркнул, что ведомство поддержит и примет любое решение рынка.

[photo\_1332]