

Правовое регулирование рекламы

План

- Понятие рекламы. Требования к рекламе
- Государственный контроль в сфере рекламы и ответственность за нарушение законодательства о рекламе
- Саморегулирование в сфере рекламы

ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ

- Конституция РФ
- Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ
- Международный кодекс рекламной практики от 2 декабря 1986 г. (принят 47-й сессией Исполнительного совета Международной торговой палаты)
- Российский Рекламный кодекс 2002 г. (САМИ)
- Свод обычаев и правил делового оборота рекламы 1997 г. (ОСР)

Понятие рекламы

- Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке

Объект рекламирования

- Объект рекламирования – товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (спортивное соревнование, концерт, конкурс и т.д.), на привлечение внимания к которым направлена реклама

Субъекты правоотношений в сфере рекламы

- Рекламодатель
- Рекламопроизводитель
- Рекламораспространитель
- Потребители рекламы
- Органы государственного контроля
- Организации создателей и распространителей рекламы
- Организации потребителей

Общие требования к рекламе

- Реклама должна быть добросовестной и достоверной.
- Недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения; порочит честь, достоинство и репутацию лица, в том числе и конкурента; представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара; является актом недобросовестной конкуренции

Общие требования к рекламе

- Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах товара, о любых характеристиках товара, об ассортименте и комплектации товаров, о стоимости или цене товара, об условиях доставки, обмена, ремонта, о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца, о фактическом размере спроса на товар и т.д.

Общие требования к рекламе

- Реклама не должна:
- Побуждать к совершению противоправных действий
- Призывать к насилию и жестокости
- Иметь сходство с дорожными знаками
- Формировать негативное отношение к лицам, которые не пользуются рекламируемым товаром

В рекламе не допускается:

- Использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации
- Указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами

В рекламе не допускается:

- Демонстрация процессов курения и потребления алкогольных напитков и пива
- Использование образов медицинских и фармацевтических работников (за исключением рекламы медицинских услуг, средств личной гигиены)

В рекламе не допускается:

- Указание на то, что рекламируемый товар произведен с использованием тканей эмбриона человека
- Указание на лечебные свойства объекта рекламирования, за исключением лекарственных средств, медицинских услуг

В рекламе не допускается:

- Использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, языка, официальных государственных символов, религиозных символов, объектов культурного наследия

Не допускается реклама,

- В которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребители рекламы

Не допускается использование скрытой рекламы

- Скрытая реклама – реклама, которая оказывает не осознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание

Реклама не должна противоречить законодательству

- При производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства РФ, в том числе требования законодательства о государственном языке РФ, законодательства об интеллектуальной собственности

Не допускается:

- Размещение рекламы в учебниках, предназначенных для обучения детей, в школьных дневниках, а также в школьных тетрадях

Товары, реклама которых не допускается

1. Товары, производство и реализация которых запрещены.
2. Наркотические, психотропные средства.
3. Взрывчатые вещества и материалы.
4. Органы и ткани человека.
5. Товары, подлежащие государственной регистрации, при отсутствии таковой.
6. Товары, подлежащие сертификации, при отсутствии таковой.
7. Товары, на производство и реализацию которых требуется лицензия, при отсутствии лицензии.

Реклама товаров при дистанционном способе их продажи

- В рекламе должны быть указаны сведения о продавце: наименование, местонахождение, регистрационный номер.

Государственный контроль

- Государственный контроль в сфере рекламы осуществляет антимонопольный орган:
- предупреждает, выявляет и пресекает нарушения законодательства;
- возбуждает и рассматривает дела по признакам административного правонарушения

Ответственность за нарушения законодательства о рекламе

- Гражданско-правовая (возмещение убытков, компенсация морального вреда, публичное опровержение недостоверной рекламы (контрреклама)
Форму, место и сроки размещения контррекламы определяет суд (арбитражный суд).

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе

- Административная – ст.14.3 КоАП
- Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе-
- влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от 2 до 2,5 тыс. рублей, на должностных лиц - от 4 до 20 тыс. рублей, на юридических лиц – от 40 до 500 тыс. рублей.

Саморегулирование в сфере рекламы

Саморегулируемые организации вправе:

- Представлять интересы членов организации в их отношениях с государственными и муниципальными органами
- Участвовать в рассмотрении антимонопольным органом дел о нарушении законодательства о рекламе
- Обжаловать в суд акты органов государственной власти и органов местного самоуправления

Продолжение

- Применять к нарушителям законодательства меры ответственности вплоть до исключения из организации
- Разрабатывать правила профессиональной деятельности в сфере рекламы
- Осуществлять контроль за соблюдением законодательства о рекламе, правил профессиональной деятельности, в том числе профессиональной этики
- Рассматривать жалобы на членов организации

Продолжение

- Разрабатывать и устанавливать требования, предъявляемые к лицам, желающим вступить в саморегулируемую организацию
- Осуществлять сбор и хранение информации о деятельности членов организации
- Осуществлять ведение реестра лиц, являющихся членами саморегулируемой организации.

ДОГОВОР АРЕНДЫ

ДОГОВОР АРЕНДЫ (глава 34 ГК РФ)

- По договору аренды (имущественного найма) арендодатель(наймодатель) обязуется предоставить арендатору (нанимателю) имущество за плату во временное владение и пользование или во временное пользование.
- Плоды, продукция и доходы, полученные арендатором в результате использования арендованного имущества в соответствии с договором, являются его собственностью.

Юридические характеристики договора аренды

- Договор о передаче имущества во временное пользование
- Двухсторонний
- Возмездный
- Взаимный
- Консесуальный
- Может быть как коммерческим, так и бытовым

Виды договора аренды

- Прокат
- Аренда транспортных средств
- Аренда зданий и сооружений
- Аренда предприятий
- Финансовая аренда (лизинг)
- Наем жилого помещения
- Безвозмездное пользование

ОБЪЕКТЫ АРЕНДЫ

- В аренду могут сдаваться земельные участки и другие обособленные природные объекты, предприятия, здания, сооружения и другие непотребляемые вещи.

АРЕНДОДАТЕЛЬ

- Собственник имущества
- Лица, уполномоченные законом
- Лица, уполномоченные собственником

ФОРМА ДОГОВОРА АРЕНДЫ

- Договор заключается в письменной форме, если срок аренды более года
- Договор должен быть заключен в письменной форме, если хотя бы одной стороной является юридическое лицо (независимо от срока)
- Договор аренды недвижимого имущества подлежит государственной регистрации

СРОК ДОГОВОРА АРЕНДЫ

- Договор аренды может заключаться как на определенный, так и на неопределенный срок. Если стороны заключили договор аренды на неопределенный срок, каждая сторона вправе в любое время отказаться от договора, предупредив другую сторону за один месяц (при аренде недвижимого имущества – за три месяца).

Предоставление имущества арендатору

- Арендодатель обязан предоставить арендатору имущество в состоянии, соответствующем условиям договора и назначению имущества.
- Если арендодатель не предоставил арендатору имущество, арендатор вправе истребовать это имущество или потребовать расторжения договора и возмещения своих убытков.

Ответственность за недостатки сданного в аренду имущества

- Арендодатель отвечает за скрытые недостатки имущества, даже если во время заключения договора он об этих недостатках не знал.
- Арендодатель не несет ответственности за явные недостатки.

При обнаружении скрытых недостатков арендатор вправе требовать

- Безвозмездного устранения недостатков
- Соразмерного уменьшения арендной платы
- Возмещения своих расходов на устранение недостатков.

Арендатор вправе удержать сумму понесенных им расходов из арендной платы.

Арендатор также вправе потребовать досрочного расторжения договора

Арендная плата

- Арендатор обязан своевременно вносить арендную плату.
- Если иное не установлено договором, размер арендной платы может изменяться по соглашению сторон, но не чаще одного раза в год.
- Если иное не предусмотрено договором, при существенном нарушении арендатором сроков внесения арендной платы арендодатель может потребовать досрочного внесения арендной платы (не более чем за два срока подряд).

Пользование арендованным имуществом

- Арендатор обязан пользоваться имуществом в соответствии с договором и назначением имущества.
- Арендатор вправе с согласия арендодателя сдавать арендованное имущество в субаренду, передавать свои права по договору другому лицу (перенайм), отдавать арендные права в залог и т.д.

Обязанности сторон по содержанию арендованного имущества

- Арендодатель обязан производить капитальный ремонт имущества
- Арендодатель несет риск случайной гибели имущества
- Арендатор обязан поддерживать имущество в исправном состоянии, производить за свой счет текущий ремонт и нести расходы на содержание имущества.

Досрочное расторжение договора по требованию арендодателя

- Арендатор пользуется имуществом с существенным нарушением условий договора или назначения имущества либо с неоднократными нарушениями
- Арендатор существенно ухудшает имущество
- Арендатор более двух раз подряд не вносит арендную плату
- Арендатор не производит капитальный ремонт (когда это является обязанностью арендатора)

Досрочное расторжение договора по требованию арендатора

- Арендодатель не предоставляет имущество в аренду либо создает препятствия пользованию имуществом
- Имущество имеет препятствующие пользованию скрытые недостатки
- Арендодатель не производит капитальный ремонт
- Имущество в силу обстоятельств, за которые арендатор не отвечает, оказалось в состоянии, непригодном для использования

Преимущественное право арендатора

- Арендатор, надлежащим образом выполнявший свои обязанности, по истечении срока договора имеет преимущественное право на заключение договора аренды на новый срок. Арендатор обязан письменно уведомить арендодателя до окончания срока действия договора.
- Условия договора по соглашению сторон могут быть изменены.
- Если арендатор продолжает пользоваться имуществом после истечения срока договора и арендодатель не возражает, договор считается возобновленным на неопределенный срок на тех же условиях.

Возврат арендованного имущества

- Арендатор обязан вернуть имущество в том же состоянии с учетом нормального износа.
- Отделимые улучшения арендованного имущества являются собственностью арендатора.
- Неотделимые улучшения производятся с согласия арендодателя.

ДОГОВОР ФИНАНСОВОЙ АРЕНДЫ (ЛИЗИНГА)

Договор финансовой аренды (лизинга)

- По договору финансовой аренды (лизинга) лизингодатель обязуется приобрести в собственность указанное лизингополучателем имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование.

Юридические характеристики договора лизинга

- Разновидность договора аренды
- Двухсторонний
- Возмездный
- Взаимный
- Консесуальный
- Коммерческий

Содержание договора лизинга

- Предметом лизинга может быть промышленное оборудование, транспортные средства и т.д.
- Договор лизинга независимо от срока заключается в письменной форме.
- Для выполнения своих обязательств субъекты лизинга заключают обязательные и сопутствующие договоры. К обязательным договорам относится договор купли-продажи.
- Предмет лизинга передается на определенный срок за определенную плату.

В договоре лизинга могут быть условия :

- О выкупе предмета лизинга
- Об обстоятельствах, при которых лизингодатель имеет право изъять предмет лизинга (без суда)
- О праве лизингополучателя продлить срок лизинга с сохранением или изменением условий договора лизинга
- О страховании предмета лизинга

Обязанности лизингополучателя

- Лизингополучатель обеспечивает сохранность предмета лизинга, осуществляет текущий и капитальный ремонт
- Лизингополучатель несет риск случайной гибели имущества
- В случае недостатков предмета лизинга требования об их устранении предъявляются продавцу (поставщику)

Права лизингодателя

- Лизингодатель дает согласие на сублизинг
- Лизингодатель дает согласие на неотделимые улучшения
- Лизингодатель может требовать лизинговые платежи в бесспорном порядке
- Лизингодатель имеет право требовать лизинговые платежи, если предмет лизинга утрачен или утратил свои функции по вине лизингополучателя (если договором не установлено иное)

Распределение рисков между сторонами договора лизинга

- Ответственность за сохранность предмета лизинга несет лизингополучатель
- Риск невыполнения продавцом обязанностей несет та сторона, которая выбрала данного продавца
- Риск несоответствия предмета лизинга целям использования несет та сторона, которая выбрала предмет лизинга

Правовое регулирование конкуренции

Правовое регулирование конкуренции

- Понятие конкуренции.
- Понятие и виды монополистической деятельности
- Ограничение монополистической деятельности. Запрет на недобросовестную конкуренцию
- Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства
- Правовое регулирование деятельности субъектов естественных монополий

Правовое регулирование конкуренции

- Конституция РФ
- Гражданский кодекс РФ
- ФЗ «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26 июля 2006 г. (в ред. ФЗ № 318-ФЗ от 01.12.2007 г.)
- ФЗ «О естественных монополиях» № 147-ФЗ от 17 августа 1995 г. (в ред. ФЗ № 261-ФЗ от 8 ноября 2007 г.)

Конкуренция

- Конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке

Товарный рынок

- Товарный рынок – сфера обращения товара, который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров, в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

Субъекты конкуренции

- Хозяйствующие субъекты на товарных рынках
- Финансовые организации на рынках финансовых услуг

Содержание права на конкуренцию

- Правомочие на собственные действия (возможность свободного доступа на рынок и осуществления предпринимательской деятельности, используя снижение цен, товарных знаков, рекламы и т.д.)
- Правомочие требования (возможность требовать от всех лиц, чтобы они конкурировали в законных формах
- Правомочие на защиту от недобросовестной конкуренции и монополистической деятельности других субъектов

Понятие монополии

- Термин «монополия» используется в нормативных актах и юридической литературе для обозначения:
 - Доминирующего положения на рынке
 - Особых полномочий (прав, привилегий) субъектов предпринимательства на осуществление какого-либо вида предпринимательской деятельности на рынке

Основные типы монополий

- Создаваемые в результате непосредственного регулирующего воздействия государства
- Возникающие вследствие самостоятельных действий хозяйствующих субъектов
- Существующие в результате обладания исключительными правами

Доминирующее положение

- Доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта (группы лиц) или нескольких хозяйствующих субъектов на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту (группе лиц) или таким хозяйствующим субъектам возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, устранять с рынка других хозяйствующих субъектов, затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам.

Количественные характеристики доминирующего положения

- Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара превышает пятьдесят процентов
- Не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта, если его доля на рынке определенного товара не превышает тридцати пяти процентов
- Не может быть признано доминирующим положение финансовой организации, доля которой на рынке не превышает десяти процентов на единственном в РФ рынке, или двадцати процентов, если товар обращается на нескольких товарных рынках

Качественные характеристики доминирующего положения

Сущность поведения субъекта на определенном рынке: возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на данном рынке, затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам

Виды монополистической деятельности

Индивидуальная
Коллективная

- Монополистическая деятельность хозяйствующих субъектов
- Монополистическая деятельность органов государственной власти, органов местного самоуправления

Запрещаются действия субъекта, занимающего доминирующее положение

- Установление монопольно высокой или монопольно низкой цены
- Изъятие товара из обращения
- Навязывание контрагенту невыгодных условий договора
- Необоснованное сокращение или прекращение производства товара
- Создание препятствий к выходу на рынок
- Нарушение порядка ценообразования и т.д.

Запрещаются соглашения или согласованные действия

- Направленные на установление или поддержание цен
- Раздел рынка по территориальному принципу
- Необоснованный отказ от заключения договоров с определенными продавцами либо покупателями
- Навязывание невыгодных условий договоров и т.д.

Допустимость действий или соглашений

- Если такими действиями или соглашениями не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию
- Если результатом действий или соглашений является:
 - 1) совершенствование производства, стимулирование технического, экономического прогресса, повышение конкурентоспособности российских товаров
 - 2) получение покупателями преимуществ

Монополистическая деятельность органов власти и управления

- Введение ограничений на создание хозяйствующих субъектов
- Необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами
- Установление запретов или ограничений на свободное перемещение товаров и т.д.

Монопольные соглашения или согласованные действия органов власти

- Направленные на поддержание, снижение или повышение цен (кроме случаев, предусмотренных нормативными актами)
- Направленные на раздел рынка
- Создающие возможность ограничения доступа на рынок хозяйствующим субъектам

Недобросовестная конкуренция

- Распространение ложных, неточных сведений, которые могут причинить убытки конкурентам
- Введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа и места производства товара, его потребительских свойств. Количества и качества
- Некорректное сравнение товаров

Недобросовестная конкуренция

- Продажа, обмен или иное введение в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности или средств индивидуализации юридического лица либо товаров, работ, услуг
- Незаконное получение, использование, разглашение охраняемой информации

Функции антимонопольного органа

- Государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства
- Выявление нарушений антимонопольного законодательства и привлечение к ответственности за такие нарушения

Функции антимонопольного органа

- Предупреждение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции
- Осуществление контроля за экономической концентрацией

