**Выявление фактов недобросовестной конкуренции**

**1 квартале 2018 года**

В 2017 году поступило 21 заявление о нарушении добросовестной конкуренции, из них 4 заявления по нарушению авторских прав при производстве и реализации продукции; 4 заявления на необоснованные перевозки пассажиров в городе Костроме и области; 3 заявления на недобросовестное поведение управляющей компании; 4 заявления на введение в заблуждение относительно свойств товаров, работ услуг. По 4 заявлениям выдано 3 предупреждения, возбуждено одно дело. Исполнено 3 предупреждения по признакам нарушения статьи 14.2 и 14.8 Закона о защите конкуренции (нарушение запрета на иные формы недобросовестной конкуренции) при размещении информации об акции при продаже лекарственных средств и изделий медицинского назначения.

В 1 квартале 2018 года поступило 3 заявления о нарушении добросовестной конкуренции, в т.ч. 2 заявления о нарушении при поставках предположительно недоброкачественной молочной продукции на торгах; 1 заявление подано по фактам, установленных ранее управлением при рассмотрении жалобы по законодательству о закупках при проведении конкурса на отбор страховщика по ОСАГО. Продолжается расследование по 2 заявлениям по фактам необоснованных пассажирских перевозок.

Поступило 3 материала от Управления Роспотребнадзора по Костромской области о нарушении при поставках недоброкачественной молочной продукции при исполнении государственных контрактов. При отборе проб государственным заказчиком в образцах поставщика ООО «ПРОД-МОМ» выявлены параметры, не соответствующие требованиям контракта, что в последствие подтверждены лабораторными испытаниями.

**Выявление фактов недобросовестной рекламы**

**в 1 квартале 2018 года**

В 2017 году поступило 47 заявлений, из них 12 заявлений по незаконной СМС рассылке рекламы, 2 заявления содержат указания на недостоверную рекламу при проведении акций по продаже сотовых телефонов и лекарственных средств; 2 заявления содержит указание на обман покупателей при рекламе услуг такси и другие.

По 8 заявлениям возбуждены дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, 10 дел – возбуждены по собственной инициативе.

Основными видами нарушений в рассматриваемый период являлись введение потребителя в заблуждение рекламой финансовых услуг; реклама, распространяемая по сетям электросвязи без согласия абонента; реклама, вводящая в заблуждение.

В результате выявления фактов нарушения закона о рекламе в 2017 году возбуждено 8 дел об административных правонарушениях. Виновные лица привлечены к административной ответственности на 800 тыс. рублей.

В 1 квартале 2018 года поступило 5 заявлений, из них 3 заявления по нарушению рекламодателем требований законодательства о рекламе при проведении стимулирующих мероприятий; 1 заявление содержат указания на незаконное размещение рекламы с неэтичным содержанием; 1 заявление содержит указание на отсутствие предварительного уведомления о рекламном характере информации. По двум заявлениям признаки нарушения законодательства о рекламе не подтвердились, по 1 заявлению устанавливается местонахождения индивидуального предпринимателя. По рекламе с неэтичным изображением готовится проведение опроса и проведение экспертного совета по рекламе при Костромском УФАС России. В отношении лица, допустившего нарушение предварительного уведомления о рекламном характере информации, возбуждается дело.

К возбуждению готовится 2 дела.

Пример заявления на субъективное восприятие рекламы.

От физического лица поступило заявление в отношении рекламного баннера с текстом “Cordiant. Даём без денег. \*шины. за 10 мин. 2-я Волжская, 33. 42-11-52. 400м.” на котором изображен непристойный оскорбительный образ в отношении женщин.

По состоянию на 22 января 2018 года с указанной рекламной конструкции по указанному адресу рекламный баннер демонтирован, и на его месте расположена реклама иного характера.

Управлением принято решение о проведении интернет опроса и проведение экспертного совета по рекламе при Костромском УФАС России.

Каких-либо новых и явных тенденций в выявлении нарушений законодательства о рекламе, в инициативном порядке и по заявлениям не проявилось.

Примеры судебной практики

1. 25 января 2018 года решение Костромского УФАС России по признанию ненадлежащей рекламы ПАО Почта Банк «Вклад. «Лето 10» признано надлежащим. Таким образом, завершено подтверждение решения управления в трех судебных инстанциях, что подтверждает нарушение банком части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Напомним ранее, летом 2016 года специалистами Костромского УФАС России по адресу: г. Кострома, пр. Мира, в районе дома 26 (рядом с государственным цирком) обнаружена рекламная конструкция 3x6кв.м., с помощью которой распространяется реклама финансовой услуги - услуги по привлечению денежных средств во вклады до 10% годовых, оказываемой ПАО «Почта Банк», следующего текстовографического содержания: «Почта Банк. Вклад «Лето 10» 10 %; годовых. До 17.07.16 успей открыть. От 50 000 рублей на 367 дней. пл. Мира, д. 2 в отделении Почты России» 8 800 550 0770».

Далее по тексту мелким нечитаемым шрифтом описаны другие условия выдачи вкладов с максимальной ставкой 10 % годовых.

Поскольку распространенная ПАО «Почта Банк» реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителей желания ими воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие каких-либо сведений об условиях оказания рассматриваемой услуги не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

В отношении банка было составлен протокол и выписано постановление о наложении штрафа по делу об административном правонарушении, предусмотренного части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, выразившегося в нарушении части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», в размере 200 000 рублей. При том, что санкция за подобное правонарушение предусматривает интервал от 100 до 500 тысяч рублей, было взято значение выше минимального.

Постановление управления было обжаловано в Арбитражном суде города Москвы в части размера штрафной санкции.

Арбитражным судом города Москвы признано возможным снизить штраф до минимального значения, 100 000 рублей.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рассматривая дела о привлечении лиц к ответственности за размещение рекламы надлежит учитывать следующее: оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

2. 13 февраля Арбитражным судом города Санкт-Петербурга и Ленинградской области вынесено решение об изменении размера штрафа до 50 тыс. рублей за нарушение ООО «Центр» требований законодательства о рекламе к финансовым услугам.

Ранее, Костромским УФАС России в ходе осуществления государственного надзора в сфере рекламы была выявлена реклама автомобиля Субару Форестер. Разместило ее на суперборде в районе дома №138 на улице Никитская ООО Центр».

В тексте рекламной информации крупным шрифтом указывалась привлекательная для потребителя информация о величине процентной ставки по кредиту по ставке 7,33%. В нижней части рекламного поля мелким, нечитаемым шрифтом были приведены иные условия, влияющие на стоимость кредита и возможность его получения в АО ЮниКредитБанке, в т.ч. процентная ставка в кредитном договоре – 7,33% на срок кредита 12 месяцев, первоначальный взнос – 50%, неустойка за несвоевременное погашение кредита 20% годовых от суммы просроченной задолженности за каждый день просрочки.

Кроме того, стоимость автомобиля в 1599999 рублей, указанная в верхнем правом углу рекламного поля, соответствовала условиям сделки для определенной модели и комплектации автомобиля, при одновременном участии в программе TRADE-IN.

26.05.2017 года комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе признала, что такая реклама не соответствует требованиям части 7 статьи 5, пункта 4 части 3 статьи 5, части 1, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Форма и условия размещения рекламы не позволяют потребителям воспринять (прочитать) данный текст в отличие от информации о процентной ставке по кредиту, которая в рекламе приводится крупным шрифтом. Соответственно, потребители не получают всю необходимую для осознанного выбора информацию обо всех условиях кредита, влияющих на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие (с учетом размера шрифта текста рекламы), свидетельствует о недобросовестности рекламы.

ООО «Центр» содействовало рассмотрению дела, прекратила распространение спорной рекламы.

Справочно:

Согласно части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламопроизводителем законодательства о рекламе - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

**Ответы на поступившие в ходе публичных обсуждений вопросы**

Вопрос 1: Допустимо ли рекламировать услуги диспетчерских такси

Ответ: Костромское УФАС России не обладает полномочиями по разъяснению законодательства. Вместе с тем, подобные вопросы разрешены судебной практикой. Так, например, Верховный Суд Российской Федерации в Постановлении от 03.11.2016 № 309-АД16-12149 по делу № А60-61180/2015 указал: «при рассмотрении спора суды исходили из того, что в связи с отсутствием существенной информации о том, что общество не оказывает услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси, потребители рекламы не получают информации, что указанная услуга может быть оказана не только юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, имеющим разрешение на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и багажа легковым такси, а любым лицом, в связи с чем жизнь и здоровье потребителей могут подвергаться опасности, поскольку физические лица, незаконно осуществляющие перевозку пассажиров и багажа легковым такси, не проходят предрейсовый медицинский осмотр, не обеспечивают контроль технического состояния автомобиля перед выездом на линию, могут не иметь необходимого водительского стажа.»

Вопрос 2: Будет ли нарушением размещение рекламы алкогольной продукции в сети Интернет

Ответ: Костромское УФАС России не обладает полномочиями по разъяснению законодательства. Вместе с тем, по данному вопросу позиция сформирована в письме ФАС России (от 20.07.2016 № АК/49414/16 "Об информации на сайтах продавцов алкогольной продукции").

«В соответствии с пунктом 18 Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2016 году, утвержденным приказом ФАС России от 30.03.2016 № 379/16, ФАС России направляет разъяснение по вопросу отнесения к рекламе информации о реализации товара (алкогольной продукции), размещенной в сети "Интернет" на сайтах нелегальных продавцов алкогольной продукции.

Статья 3 Федерального закона "О рекламе" раскрывает основные понятия, используемые в данном Федеральном законе, в том числе понятие рекламы.

Требования к рекламе алкогольной продукции установлены в статье 21 Федерального закона "О рекламе".

Согласно пункту 8 части 2 статьи 21 Федерального закона "О рекламе" реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Вместе с тем, согласно пункту 3 части 2 статьи 2 Федерального закона "О рекламе" данный Федеральный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

По мнению специалистов ФАС России, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах (оказываемых услугах), размещенная на официальном сайте, странице социальной сети производителя или продавца данных товаров (лица, оказывающего данные услуги), если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта, страницы социальной сети об ассортименте товаров (услуг), правилах пользования, а также непосредственно о продавце, производителе товара или лице, оказывающему услуги и т.п., следовательно, на такую информацию положения Федерального закона "О рекламе" не распространяются.

Соответственно, размещенная на сайте производителя или продавца алкогольной продукции (независимо от наличия или отсутствия у такого продавца лицензии на розничную продажу алкогольной продукции), а также в группе производителя в какой-либо социальной сети информация об ассортименте товаров, производимых или предлагаемых данным лицом к реализации, не может расцениваться как реклама, поскольку такая информация размещена непосредственно на официальном сайте или странице социальной сети компании и предназначена для информирования посетителей такого ресурса о деятельности такой компании, реализуемых ею товарах. Учитывая изложенное, на такую информацию положения Федерального закона "О рекламе" не распространяются.

При этом вопрос относительно законности осуществления компанией продажи алкогольной продукции, в том числе наличие или отсутствие у компании лицензии на такую деятельность, не относится к компетенции антимонопольных органов и может быть разрешен правоохранительными органами или Федеральной службой по регулированию алкогольного рынка (Росалкогольрегулирование).

А.Б.Кашеваров»