**Недобросовестная конкуренция и недостоверная реклама.**

**Типичные нарушения, выявляемые антимонопольным органом**

Наличие конкуренции - один из показателей нормального развития экономики и производства. Вместе с тем там, где есть конкуренция, всегда может иметь место и недобросовестная конкуренция, которая законодательством запрещается.

Цели правового регулирования законодательства о конкуренции и законодательства о рекламе во многом схожи. К общим целям относятся развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение единства экономического пространства, реализация принципов свободы экономической деятельности.

Реклама как средство продвижения товаров, работ и услуг на рынок призвана содействовать формированию единого экономического пространства и способствовать поддержанию конкуренции.

В соответствии с позицией Высшего арбитражного суда, отраженной в Постановлении Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»», при разграничении сферы применения законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренции необходимо исходить из того, что если ложные, неточные или искаженные сведения, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации, некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами, находящимися в состоянии конкуренции с указанным лицом, а также иная информация, распространение которой отвечает признакам недобросовестной конкуренции, содержатся в рекламе, то данные действия квалифицируются в соответствии с Федеральным законом «О рекламе» и применяется административная ответственность, установленная [статьей 14.3](consultantplus://offline/ref=303049425E987FA67B91B07C2131A83BA34288A38C3867E65E3D32E066AB0C1369C4C5735D89D9r8O) КоАП РФ, а не [статьей 14.33](consultantplus://offline/ref=303049425E987FA67B91B07C2131A83BA34288A38C3867E65E3D32E066AB0C1369C4C57B5CD8rAO) КоАП РФ.

Уже неоднократно посвящали данной теме внимание как на публичных выступлениях, так и на других проводимых мероприятиях.

Остановиться хочется на тех нарушениях. Которые были выявлены Пензенским УФАС России в истекшем году. Вначале о рекламе, потом о недобросовестной конкуренции.

В адрес Пензенского УФАС России поступило обращение МКУ «Рекламная служба города Пензы» по поводу распространения на фасаде здания по адресу: г. Пенза, ул. Славы, 6 непристойной рекламы магазина «Точка любви».

В ходе рассмотрения обращения установлено, что реклама, размещенная в г. Пензе на фасаде здания по адресу: г. Пенза, ул. Славы, 6, имеет изображение товара с наименованием «womanizer» THE ORIGINAL и надпись «Твое право на удовольствие».

В соответствии с частью 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» 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, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно позиции Пленума ВАС РФ, изложенной в пункте 16 Постановления от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных специальных знаний, как правило, не требуется.

К непристойным образам могут быть отнесены изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

При анализе данной рекламы на предмет этичности принято во внимание обстоятельства распространения данной рекламы. Рассматриваемая реклама размещена на фасаде здания, расположенного на одной из центральных улиц города. Вдоль по ул. Славы находится сквер «Славы», который является местом отдыха горожан. В сквере размещены спортивные и детские площадки. Соответственно данная реклама размещена в месте, доступном для обозрения людям разных возрастных групп, в том числе детям и подросткам, чей возраст предполагает постоянную «открытость» психики к внешнему влиянию.

Влияние данной рекламы не несет нравственного характера, противоречит государственным нормативно-правовым актам, регламентирующим воспитание ребенка в обществе и в целом государственной политике в области духовно-нравственного воспитания гражданина России. При демонстрации вышеуказанной рекламы у потребителей отсутствует право выбора или ограничения ее восприятия, в отличии от рекламы, распространяемой в печатных СМИ и на телевидении.

Использование рекламируемого товара связано с интимной стороной жизни человека, публичное обсуждение которой не является общепринятым, пристойным. Соответственно, размещение рекламной информации имеющей свободное распространение, текстового содержания, сопровождаемого изображением товара, внешний вид которого противоречит сложившемуся в обществе этикету и принятым правилам поведения, в данном случае использование изображение товара с наименованием «womanizer» THE ORIGINAL и надписью «Твое право на удовольствие» – нельзя признать допустимым в силу существующего запрета на использование в рекламе непристойного изображения.

В связи с чем Комиссии Пензенского УФАС России признала рекламу торговой точки «Точка любви. Сеть магазинов для взрослых» ненадлежащей.

В Пензенское УФАС России поступило заявление ГБУЗ «Областной онкологический диспансер» по поводу распространения на рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, 37-А (рядом с ГБУЗ «Областной онкологический диспансер»), рекламы компании «Фитодар 58» с нарушением законодательства о рекламе.

В ходе рассмотрения заявления установлено, что на рекламной конструкции размещена информация следующего содержания: «ФИТОДАР 58. Если «химия» не может, пусть природа нам поможет! 48-03-03. Травы Пиявки. Прием специалистов» (с изображением: девушки в белом халате, корзины с травами, банки с пиявками. Девушка рукой отодвигает лекарственные препараты).

Рассматриваемая реклама размещена возле ГБУЗ «Областной онкологический диспансер». Соответственно данная реклама размещена в месте, доступном для обозрения людям с онкологическими заболеваниями, проходящими лечение лекарственными препаратами («химиотерапией»).

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения 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.

Размещение данной рекламы преследует цель привлечения внимания потребителей к конкретному объекту рекламирования – средствам природного происхождения (травам и пиявкам), с указанием в содержании сведений: «…Если «химия» не может, пусть природа нам поможет…», являющихся характеристикой товара.

То есть, предполагается наличие утверждения, о том, что вместо «химии» (лекарственных препаратов) необходимо применять средства природного происхождения (травы и пиявки).

Следовательно, рекламное сообщение содержит недостоверную информацию относительно утверждения «Если «химия» не может, пусть природа нам поможет».

Кроме того, в соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

В вышеуказанной рекламе предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов отсутствует, следовательно, в рассматриваемой рекламе содержатся признаки нарушения требований части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В связи с чем Комиссии Пензенского УФАС России установила, что рассматриваемая реклама содержит нарушение пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В ходе осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области установлен факт распространения на конструктивных элементах ограждения, расположенных по адресу: г. Пенза, ул. Суворова (у входа на территорию Центрального рынка) рекламы «Регионального бюро банкротства» с признаками нарушения законодательства о рекламе.

На конструктивных элементах ограждения, расположенных по адресу: г. Пенза, ул. Суворова (у входа на территорию Центрального рынка), размещена реклама следующего содержания: «Региональное бюро банкротства. Гарантия лучшей цены. Избавим от всех долгов и кредитов 97-07-07 8(800)7005890 г. Пенза, ул. Кирова 2а [regionbankrot@mail.ru»](mailto:regionbankrot@mail.ru).

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В ходе рассмотрения дела установлено, что в рассматриваемой рекламе используется выражение: «Гарантия лучшей цены» без указания какого-либо подтверждения данному сравнению.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» № 58 от 08.10.2012 использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один» должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Кроме того, в рекламе предлагаются услуги «избавим от всех долгов и кредитов».

В силу части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно статье 6 ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» дела о банкротстве рассматриваются арбитражным судом.

Таким образом, компания «Региональное бюро банкротства», рекламируя свои услуги, не указала в рекламе часть существенной информации, а именно, что компания оказывает юридические услуги (помощь), связанные с процедурой банкротства.

Из текста данной рекламы следует, что «Региональное бюро банкротства» избавит от всех долгов и кредитов. Вместе с тем, в рекламе отсутствуют сведения о том, каким образом осуществляется списание долгов, чем потребитель рекламы вводится в заблуждение.

В связи с чем Комиссии Пензенского УФАС России установила, что рассматриваемая реклама содержит нарушение пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В Пензенское УФАС России поступило обращение Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации (далее - Волго-Вятское ГУ Банка России) по поводу распространения на фасаде здания по адресу: Пензенская обл., с. Засечное, ул. Радужная, д.10 недостоверной рекламы ООО «Ломбард-Центр».

Из представленных материалов следует, что на территории Пензенской области по адресу: Пензенская обл., с. Засечное, ул. Радужная, д.10 перед входом на фасаде здания размещен баннер с информацией: «ООО «Ломбард-Центр», ЛОМБАРД, СКУПКА, ПРОДАЖА».

Кроме того, по адресам: г. Пенза, пр-т Победы, 31; ул. Бакунина, д. 50, оф.2 на информационных стендах размещена информация о продаже ООО «Ломбард-Центр» золотых изделий 585 пробы по цене 3000 руб. за 1 грамм.

Статьей 1 ФЗ «О ломбардах» определено, что ломбард осуществляет кредитование граждан под залог принадлежащих гражданам вещей и деятельности по хранению вещей.

В силу указанной нормы ломбарды не вправе осуществлять деятельность по скупке и продаже движимых вещей.

В связи с чем Комиссии Пензенского УФАС России установила, что рассматриваемая реклама содержит нарушение требований пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

И немного практики выявленных нарушений антимонопольного законодательства, связанных с недобросовестной конкуренцией

По результатам рассмотрения обращения Пензенское УФАС России в действиях предпринимателя Вечканова Михаила Александровича (ИНН 583500793245; ОГРНИП 307583509600034) (диспетчерская служба заказ такси «ГОСТ») усмотрело признаки недобросовестной конкуренции и нарушения статьи 14.2 Закона о защите конкуренции, при размещении информации о деятельности диспетчерской службы такси «ГОСТ».

Предприниматель, распространяя информацию о деятельности диспетчерской службой заказа такси «ГОСТ», предлагает потребителям через приложение осуществить заказ услуги такси. При этом, согласно установленному регламенту работы предприниматель не обладает (и не запрашивает при аккредитации на Электронной информационной площадке в приложении «Заказ такси ГОСТ») информацией о наличии у водителя (физического лица) разрешения на перевозку, состоянии используемого автомобиля и т.п.

Действия предпринимателя, связанные с введением в заблуждение путем распространения недостоверной информации о диспетчерских услугах по заказу такси надлежащего качества и в соответствии с требованиями действующего законодательства, являются актом недобросовестной конкуренции.

В связи с наличием в действиях предпринимателя признаков недобросовестной конкуренции и нарушения пункта 1 статьи 14.2 Закона о защите конкуренции, Пензенское УФАС России предупредило предпринимателя о необходимости прекращения указанных действий.

В сети Интернет на сайте по адресу https://sb1penza.ru (далее – Сайт) размещена информация следующего содержания: «СтройБаза №1. Центр строительных материалов. Перспективная, 1А корп. 7…».

Деятельность по вышеуказанному адресу осуществляет Общество с ограниченной ответственностью «Диал-Строй» (ИНН 5835134229, ОГРН 1195835014319), (далее – ООО «Диал-Строй»).

В соответствии с выпиской из Единого государственного реестра юридических лиц основным видом деятельности ООО «Диал-Строй» является «торговля оптовая прочими строительными материалами и изделиями» (ОКВЭД 46.73.6).

Размещенная в сети Интернет на сайте информация содержит утверждение «СтройБаза №1» без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, что создает впечатление о лидирующем положении Общества, превосходящем других хозяйствующих субъектов.

Таким образом, размещая в сети Интернет на сайте слогана «СтройБаза №1», создающего впечатление о превосходстве услуги и организации, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, ООО «Диал-Строй» может некорректно их сравнивать с услугами конкурентов.

Учитывая вышеизложенное, в связи с наличием в действиях ООО «Диал-Строй», признаков недобросовестной конкуренции и нарушения пункта 1 статьи 14.3 Закона о защите конкуренции, Пензенское УФАС России на основании статьи 39.1 Закона о защите конкуренции выдало предупреждение ООО «Диал-Строй» о необходимости прекращения указанных действий.

В Пензенское УФАС России поступило обращение Пензенского филиала АО «ГСК «Югория», осуществляющего деятельность в области страхования, по вопросу недобросовестной конкуренции Публичного акционерного общества Страховая компания «Росгосстрах» при осуществлении своей деятельности.

АО «ГСК «Югория» в своём заявлении указывает, что ПАО СК «Росгосстрах» недобросовестным способом осуществляет свою деятельность при оказании услуг в области страхования, путём распространения потенциальным клиентам ложных сведений в отношении компании-конкурента о её банкротстве, отзыве лицензии на страхование, недействительности печатей и полисов, а также некачественном урегулировании споров, порочащих репутацию Заявителя. В результате оказания подобного давления на потребителей, ПАО СК «Росгосстрах» препятствует заключению договоров страхования с АО «ГСК «Югория».

В доказательство доводов, относительно распространения Обществом ложных сведений, Заявителем представлены заявления граждан, поступившие в Компанию. Из текста указанных заявлений следует, что информацией, распространяемой сотрудниками Нижнеломовского филиала ПАО СК «Росгосстрах», потенциальные клиенты АО «ГСК «Югория» введены в заблуждение относительно добросовестного ведения им деятельности. Так, граждане сообщают о распространении сотрудниками Нижнеломовского филиала ПАО СК «Росгосстрах» таких сведений, как: скорое банкротство Заявителя; фирма «однодневка»; в организации работают мошенники; обманы с выплатами по обязательствам. Указанные обстоятельства влияют на решение граждан при выборе страховой компании.

Также в антимонопольный орган представлен Отчёт о результатах проверки Актуарного заключения АО «ГСК «Югория», согласно которому определено, что общей суммы ликвидных активов достаточно для покрытия обязательств Заявителя, в том числе страховых, и отсутствуют риски, которые способны оказать значимое влияние на финансовую устойчивость АО «ГСК «Югория».

Вышеуказанная информация, которая распространяется сотрудниками Нижнеломовского филиала ПАО СК «Росгосстрах» потенциальным потребителям услуг страхования о недобросовестной деятельности Заявителя, формирует у потребителя ложное впечатление о прекращении деятельности Компании в результате банкротства, отзыве лицензий или о мошеннических действиях в отношении клиентов, что, в свою очередь, создаёт негативное мнение об АО «ГСК «Югория» и влияет на решение потребителя при выборе страховой компании.

В связи с наличием в действиях ПАО СК «Росгосстрах» признаков нарушения статьи 14.1 Закона о защите конкуренции, выразившиеся в распространении [ложных](consultantplus://offline/ref=0F495E591AB536EC9AE528730B86D2F77C67E0441C6116D04D5CB2E6E1854FC3583C9457A31CF575A75507BAAA3EE070072BA388CEDA4966v8P6I) сведений в отношении хозяйствующего субъекта-конкурента при осуществлении своей деятельности, Пензенское УФАС России на основании статьи 39.1 Закона о защите конкуренции выдало предупреждение ПАО СК «Росгосстрах».

Все предупреждения, выданные антимонопольным органом, исполнены в срок.

Практика выдачи Предупреждений о прекращении действий, содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства, показала, что данный инструмент антимонопольного регулирования оказался очень эффективным и позволил хозяйствующим субъектам устранять признаки нарушения антимонопольного законодательства до возбуждения дела о нарушении антимонопольного законодательства.

Все выданные Пензенским УФАС России предупреждения, связанные с недобросовестной конкуренцией при распространении информации, исполнены хозяйствующими субъектами. Дела о нарушении антимонопольного законодательства по указанным статьям не возбуждались.

С 01.09.2022 в Федеральном законе «О рекламе» появилась статья 18.1, устанавливающая требования к порядку размещения рекламы в сети «Интернет».

Статья 18.1 Федерального закона «О рекламе» посвящена вопросам учета рекламы в сети «Интернет», а также определенным требованиям к порядку размещения рекламы в сети «Интернет» и порядку передачи сведений в систему учета рекламы в сети «Интернет».

Компетенция антимонопольных органов по контролю за соблюдением статьи 18.1 Федерального закона «О рекламе» относительно порядка размещения рекламы в сети «Интернет» ограничена частью 16 данной статьи. Иные нормы статьи 18.1 Федерального закона «О рекламе» отнесены к компетенции Роскомнадзора – как в части выявления нарушений требований таких норм, так и в части привлечения виновных лиц к административной ответственности.

В случае выявления нарушения части 16 статьи 18.1 Федерального закона «О рекламе» виновные лица подлежат привлечению антимонопольным органом к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно [части 16 статьи 18.1](consultantplus://offline/ref=FD2E8A34253762FBE76DF04FED6A925A8D5B19AE93A0A7D1FC7A08E4F2A01FF02F2026CD13A7BB389583F224CBFC93E85881569739S54BK) Федерального закона "О рекламе" реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", должна содержать пометку "реклама", а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы.

Соответственно, размещение любой рекламы в сети «Интернет» должно сопровождаться пометкой «реклама». При этом следует отметить, что использование иной пометки для указания на рекламный характер информации в сети «Интернет» не предусмотрено данной нормой.

Кроме того, согласно [части 16 статьи 18.1](consultantplus://offline/ref=FD2E8A34253762FBE76DF04FED6A925A8D5B19AE93A0A7D1FC7A08E4F2A01FF02F2026CD13A7BB389583F224CBFC93E85881569739S54BK) Федерального закона "О рекламе" в любой рекламе в сети «Интернет» также должно быть указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы. Такое указание может быть выполнено или в виде наименования юридического лица – рекламодателя (фамилии, имени, отчества физического лица), или в виде ссылки на сайт (страницу сайта) с данными о рекламодателе, также в рекламе могут быть размещены оба вида таких сведений.

С 01.09.2023 вступили в силу части 15-17 статьи 14.3 КоАП РФ, введенные Федеральным законом от 24.06.2023 №274-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях», которые установили административную ответственность за нарушение порядка размещения в рекламе в сети «Интернет» идентификатора рекламы и передачи сведений в систему учета рекламы в сети «Интернет» (ЕРИР).

В силу статьи 23.44 КоАП РФ полномочиями по возбуждению и рассмотрению дел о нарушении частей 15-17 статьи 14.3 КоАП РФ наделены органы, осуществляющие функции по контролю и надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор и его территориальные органы).