**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ**

**ПО КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

369000, г. Черкесск, тел. 26-63-56,

пр. Ленина, 38 факс (8782) 26-64-55.

_____№_____

# ОПРЕДЕЛЕНИЕ

## о возбуждении дела № 2 по признакам нарушения законодательства о рекламе

29 марта 2019г. г. Черкесск

Я, председатель Комиссии Управлением Федеральной антимонопольной службы России по Карачаево-Черкесской Республике, по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, Аврахова Галина Павловна – заместитель руководителя Управления, рассмотрев по собственной инициативе рекламу, размещенную Индивидуальным предпринимателем Зангиевой Натальей Викторовной магазин «Лучшие продукты» (юр. адрес: 369221, г. Карачаевск, пгт. Орджоникидзевский ул. Шоссейная, 36, ИНН 090200145515, ОГРН 314091933700037) (далее – ИП Зангиева Н.В.),

**УСТАНОВИЛ:**

В ходе мониторинга рекламной информации, распространяемой на территории Карачаево – Черкесской Республики, проводимого Управлением Федеральной антимонопольной службы России по Карачаево-Черкесской Республике на предмет соблюдения требований Законодательства о рекламе выявлено размещение рекламы при входе в здание, расположенного в г. Карачаевск, пгт. Орджоникидзевский по ул. Шоссейная, 36. Реклама распространяется с помощью рекламной вывески и имеет следующее содержание: «Лучшие продукты».

Из текста указанной рекламы можно сделать вывод, что информация, адресована неопределенному кругу лиц и направленна на привлечение внимания к объекту рекламирования, в данном случае к продуктовому магазину «Лучшие продукты». Данная реклама, не сопровождается какой-либо дополнительной подтверждающей информацией, следовательно, имеются основания считать ее недостоверной как содержащую не соответствующие действительности сведения о преимуществе рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, реализуемыми хозяйствующими субъектами-конкурентами.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно статье 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе», недобросовестной признается реклама, которая: содержит

некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуемыми хозяйствующими субъектами-конкурентами.

В силу пункта 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 реализуемыми хозяйствующими субъектами-конкурентами.

В соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе», недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В силу статьи 14.3 Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – ФЗ «О защите конкуренции»), введен запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения.

Согласно пункту 1 статьи 14.3 ФЗ «О защите конкуренции», не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов "лучший", "первый", "номер один", "самый", "только", "единственный", иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными.

Таким образом, рекламодатель всегда должен подтверждать достоверность утверждения о «лучших продуктах» по сравнению с аналогичными продуктами, реализуемыми хозяйствующими субъектами-конкурентами.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 2 статьи 5, пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель. Рекламодателем в данном случае выступает ИП Зангиева Н.В.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, части 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

**ОПРЕДЕЛИЛ:**

1. Возбудить производство по делу № 2 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Признать лицами, участвующими в деле:

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе – ИП Зангиева Н.В..

3. Назначить дело № 2 к рассмотрению на **09 апреля 2019 года в 10:00 ч**. по адресу: КЧР, г. Черкесск, проспект Ленина, 38, 1 этаж, каб. № 7.

Явка ИП Зангиевой Н.В. для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, или его представителя с надлежащим образом оформленной доверенностью**, обязательна.**

Председатель Комиссии