



Управление Федеральной
антимонопольной службы
по Республике Татарстан



Информационное
агентство
«Татар-информ»

Если вы обнаружите подобные нарушения, обращайтесь в ФАС



ПОИСКОВИЧОК

🔍 Треш, огонь, самое интересное в УФАС РТ 🖨

- 🔍 ЧОКОЛАЙ ХАЛЯЛЬ ИЛИ НЕ ХАЛЯЛЬ
- 🔍 БЕСПЛАТНАЯ РЕКЛАМА АВТОКЛАМА
- 🔍 КРЕАТИВНАЯ «ГОЛАЯ» РЕКЛАМА
- 🔍 НЕЛЬЗЯ КОПИРОВАТЬ ЧУЖУЮ ЭТИКЕТКУ
- 🔍 РЕКЛАМА АЛКОГОЛЯ ПОД ЗАПРЕТОМ



Нельзя копировать или имитировать чужую этикетку

Татарстанского производителя конфет уличили в копировании этикетки своих конкурентов.

Закон «О защите конкуренции» запрещает копирование или имитацию внешнего вида товара, его упаковки, этикетки, наименования, цветовой гаммы или фирменного стиля в целом.

Пример

Татарстанские антимонопольщики получили обращение от Чебоксарской кондитерской фабрики «АККОНД», которая пожаловалась на фабрику «Заинский крекер». Оказалось, что татарстанская компания использовала этикетку для своих конфет «Птица щедрая», схожую с этикеткой чебоксарских конфет «Птица дивная» — белые лебеди на голубом фоне.

УФАС по РТ признало действия Заинской кондитерской фабрики актом недобросовестной конкуренции.

Ответственность

Нарушение статьи 14.6 Федерального закона «О защите конкуренции» влечет за собой штраф на должностных лиц в размере 20 тысяч рублей либо дисквалификацию на срок до трех лет; на юр. лиц — от 1/100 до 15/100 размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара, но не менее 100 тыс. рублей.



Подделки запрещены законом «О защите конкуренции»

Антимонопольщики нашли фальшивый халяльный Choco Pie от производителей из Вьетнама и Владивостока.

Нарушение закона «О защите конкуренции» способно запутать покупателя и подложить ему фальшивый товар.

Пример

Татарстанское УФАС остановило производство трех крупных компаний, среди которых одна вьетнамская.

Причиной разбирательств стала подделка известных пирожных Choco Pie. Продукция реализовывалась по всей России. Компании «Глобал импортс», «Фирма КАРЭ», Biscafun Confectionery Company без договоренностей с обладателем бренда подделали пирожные и их упаковки.

Удивительно, но поддельные пирожные якобы были сделаны по стандарту «Халяль» — так указано на упаковке. Компании признали виновными.

Ответственность

Нарушение статьи 14.6 Федерального закона «О защите конкуренции» влечет за собой штраф на должностных лиц в размере 20 тысяч рублей либо дисквалификацию на срок до трех лет; на юр. лиц — от 1/100 до 15/100 размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара, но не менее 100 тыс. рублей.





Закон запрещает указывать в рекламе ложную информацию

Казанского предпринимателя наказали за обязательную плановую установку пластиковых окон.

Нельзя указывать в рекламе недостоверную информацию о производителях и продавцах товаров.

Пример

УФАС по РТ оштрафовало казанского бизнесмена за распространение листовок в одном из жилых районов города Казани. Дело в том, что предприниматель изготавливал листовки, которые были очень похожи на платёжные квитанции, вводя жителей в заблуждение.

Жильцы, считая, что услуги по замене окон оказывает государственное учреждение, незамедлительно обращались по номеру, указанному в листовке.

«Извещение. Уведомление для собственников жилья! В Вашем районе производятся работы по плановой установке пластиковых окон...» — писал он на своих квитанциях.

Ответственность

Рекламодатель привлечен к ответственности согласно закону «О рекламе» (пункт 20 части 3 статьи 5). За нарушение гражданам полагается штраф от 2 до 2,5 тыс. рублей, должностным лицам — от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам — от 100 до 500 тыс. рублей.



Автохлам нельзя использовать в рекламных целях

Антимонопольщики борются с бесплатной рекламой на «убитых» машинах.

Использовать старые и разбитые транспортные средства как рекламную конструкцию запрещено Законом «О рекламе».

Пример

Автохлам – старые, заброшенные, а порой и бесхозные машины частенько сдают в аренду. Их используют в качестве рекламных баннеров. Преимущество такой рекламы для рекламодателя в том, что это бесплатно – не нужно платить за аренду баннера. Такие рекламные объекты портят облик города, отвлекают водителей, а также могут быть местом повышенной опасности.

Ответственность

Рекламодатели и рекламораспространители привлекаются к ответственности согласно части 2 статьи 20 закона «О рекламе». Гражданам придется заплатить штраф от 2 до 2,5 тыс. рублей, должностным лицам – от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам – от 100 до 500 тыс. рублей.





Нельзя назвать свое дело лучшим без доказательств

Антимонопольщики наказали OZON за «№ 1 в России».

Нельзя без доказательств считать свое дело лучшим в России/ в Европе/ в мире/ в Галактике и т.д. Это тоже нарушение закона о рекламе, квалифицируемое как «Некорректное сравнение с другими участниками рынка».

Пример

Рекламщики компании OZON запустили рекламу в Instagram с текстом: «OZON – интернет-магазин № 1 в России. 15.000.000 товаров», за что антимонопольная служба оштрафовала компанию.

У компании OZON не было доказательств своего превосходства над другими интернет-магазинами, и компания этого не отрицала. OZON заявили, что рекламу с громким заявлением они разместили по ошибке.

Несмотря на то, что реклама была размещена по ошибке, компании пришлось заплатить штраф в 100 тыс. рублей.

Ответственность

За нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 закона «О рекламе» гражданам грозит от 2 до 2,5 тыс. рублей, должностным лицам – от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам – от 100 до 500 тыс. рублей.



Ломбарды круглые сутки не работают!

Антимонополющики уличили казанский ломбард в нарушении закона.

Закон запрещает указывать в рекламе недостоверную информацию о возможности приобретения товаров в определенном месте и в определенное время.

Пример

По закону ломбарды должны работать только с 8.00 до 20.00. Мало того что один из казанских ломбардов нарушил это требование, так он еще и прорекламировал, что работает круглосуточно.

Вся суть заключалась в том, чтобы привлечь к себе больше внимания клиентов постоянной доступностью в отличие от других ломбардов.

После того, как началось разбирательство в УФАС по РТ, владелец ломбарда осознал нарушение и снял незаконную рекламу.

Ответственность

Это нарушение пункта 3 части 3 статьи 5 закона «О рекламе», за которое положен штраф. Для граждан — от 2 до 2,5 тыс. рублей, должностных лиц — от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам — от 100 до 500 тыс. рублей.

ЛОМБАРД





Реклама не может быть недостоверной и вводить в заблуждение

УФАС по РТ оштрафовало администратора сайта по предоставлению услуги получения военного билета без прохождения военной службы.

Пример

Татарстанское УФАС наказало администратора сайта www.voenik.ru, который предлагал помочь уклониться от военной службы, при этом вводя в заблуждение призывников.

Так, на сайте было указано, что «96% призывников могут получить военный билет по состоянию здоровья, многие просто не знают об этом».

Нарушение было устранено, а виновник заплатил штраф.

Ответственность

За нарушение пункта 1 части 4 статьи 5 закона «О рекламе» полагается штраф. Для граждан – от 2 до 2,5 тыс. рублей, должностных лиц – от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам – от 100 до 500 тыс. рублей.



Непристойный узор в чашке кофе

Казанский торговый центр оштрафовали за узор в чашке кофе.

Реклама с использованием бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений – это нарушение закона «О рекламе».

Пример

ТЦ «Корстон» разместил в лифтах плакаты с текстом «ПОДПИШИСЬ НА КОФЕ $\text{R}33$ 1 чашка в сутки ВЗБОДРИСЬ», рисунок на плакате не понравился очевидцам.

В рекламе нарисовали три чашки кофе с картинками из молока разной формы. Рисунок напоминал силуэт мужского полового органа.

Татарстанское УФАС обязало убрать рекламу и заплатить штраф за это нарушение.

Ответственность

Закон «О рекламе» (часть 6 статьи 5) пресекает размещение в рекламе непристойностей. За его нарушение грозит штраф. Для граждан – от 2 до 2,5 тыс. рублей, для должностных лиц – от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам – от 100 до 500 тыс. рублей.





Рекламируешь лекарства – предупреждай о противопоказаниях

Антимонопольщики уличили СМИ в нарушении закона «О рекламе».

При рекламировании лекарств и медицинских услуг должно быть предупреждение о наличии противопоказаний, необходимости ознакомиться с инструкцией или получить консультации специалистов.

Пример

В 2019 году УФАС по РТ наказало несколько печатных СМИ, которые не предупреждали читателей о противопоказаниях либо делали это очень мелким шрифтом.

Ответственность

За нарушение части 7 статьи 24 закона «О рекламе» рекламодатели и рекламораспространители должны заплатить штраф. Гражданам – от 2 до 2,5 тыс. рублей, должностным лицам – от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам – от 100 до 500 тыс. рублей.



Реклама курсовых и дипломных работ попала под запрет

УФАС по РТ наказало Google за ненадлежащую рекламу в интернете.

Закон не допускает рекламу подготовки и написания курсовых, дипломных и магистерских работ.

Пример

УФАС по РТ оштрафовало Google за распространение рекламы дипломов на заказ. Поисковик показывал в результатах поиска ссылки на сайты по написанию дипломов и курсовых работ.

Google признал свою ошибку и заплатил штраф в размере 100 тыс. рублей – это первый штраф для Google за дипломы.

Ответственность

Это нарушение части 10 статьи 7 закона «О рекламе». Гражданам придется заплатить штраф от 2 до 2,5 тыс. рублей, должностным лицам – от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам – от 100 до 500 тыс. рублей. Часть 10в ст. 7 была введена в ноябре 2018 года.





Нельзя вводить в заблуждение потребителей о цене товара

Казанский автосалон занижал цены на машины в рекламе.

Закон пресекает недостоверную рекламу в части стоимости или цены товара, размера скидок и других условиях приобретения.

Пример

Антимонопольная служба Татарстана выявила рекламу автоцентра «Марка», в которой было указано: «Datsun за 79 000 РУБЛЕЙ *». Однако в салоне автомобиля за такую сумму не было. Минимальная цена авто этой марки начиналась от 536 тыс. рублей. Рекламуя автомобиль, рекламодатель не указал всех условий его продажи.

Рекламодатель привлечен к ответственности.

Ответственность

За нарушение пункта 4 части 3 статьи 5 закона «О рекламе» полагается штраф. Гражданам – от 2 до 2,5 тыс. рублей, должностным лицам – от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам – от 100 до 500 тыс. рублей.



Нельзя оскорблять чувства наций, рас, полов, профессий

Казанский торговый центр оштрафовали за рекламу, оскорбляющую чувства женщин и профессию официанта.

В рекламе нельзя использовать бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения.

Пример

ТЦ «Корстон» распространял на торговом центре рекламу находящегося внутри заведения с текстом: «ГОЛАЯ правда, что наша ОФИЦИАНТКА ГОТОВА НА МНОГОЕ ради вашей улыбки».

Баннер, размещенный на фасаде здания гостиницы, возмутил горожан. В обращении было указано, что он оскорбляет чувства женщин и профессию официанта.

Татарстанское УФАС обязало «Корстон» снять запрещённую рекламу и заплатить штраф

Ответственность

Это нарушение закона «О рекламе» (часть 6 статьи 5). За него грозит штраф. Для граждан – от 2 до 2,5 тыс. рублей, должностных лиц – от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам – от 100 до 500 тыс. рублей.





Реклама алкоголя под запретом

Предприниматель из Татарстана расклеил на фасаде магазина фото с изображением спиртного.

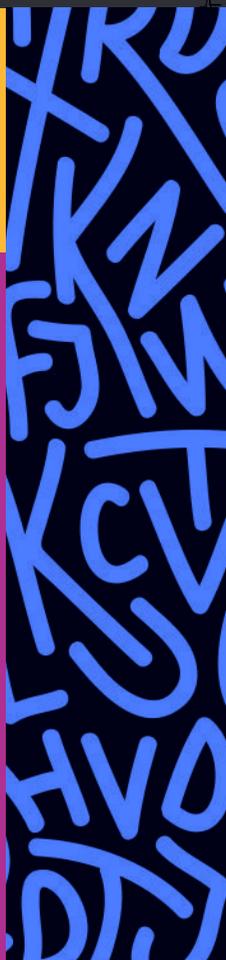
Закон запрещает рекламу алкоголя с содержанием спирта пять и более процентов где-либо кроме помещений стационарных торговых точек, где продают алкоголь в розницу.

Пример

Челнинский индивидуальный предприниматель оформила фасад своего магазина наклейками с изображением алкогольной продукции. Принято решение о привлечении к ответственности за неправомерную рекламу спиртных напитков.

Ответственность

Это нарушение части 2.1 статьи 21 закона «О рекламе», за что положен штраф. Гражданам – от 2 до 2,5 тыс. рублей, должностным лицам – от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам – от 100 до 500 тыс. рублей.



Указание возрастных ограничений на афишах

УФАС по РТ обнаружил рекламу детского шоу без указания возрастной категории.

В рекламе информационной продукции при проведении массовых мероприятий должны быть указаны возрастные категории, к которым ее относят. Их нужно указывать на афишах, в печатной продукции, а также в интернете и на радио.

Пример

УФАС по РТ пресекло рекламу в метро и лифтах многоэтажек Казани с текстом: «Дети Вселенной научно-фантастическое шоу», поскольку в ней не была указана возрастная категория.

Рекламораспространитель привлечен к ответственности.

Не допускается нарушение N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Ответственность

Закон «О рекламе» (часть 10.1 статьи 5) пресекает рекламу информационной продукции без указания возрастной категории. Гражданам грозит штраф от 2 до 2,5 тыс. рублей, должностным лицам – от 4 до 20 тыс. рублей; юр. лицам – от 100 до 500 тыс. рублей.





Как сообщить о нарушении антимонопольщикам?

- Сфотографируйте нарушение
- Обратитесь с жалобой в Татарстанское УФАС России, указав дату и место нарушения и поставив личную подпись

Сделать это можно несколькими способами:

- По электронной почте: to16@fas.gov.ru
- Письмом по адресу: **420021, г. Казань, ул. Московская, д. 55**
- Отправив обращение через сайт: www.tatarstan.fas.gov.ru, выберите в меню слева «Обратная связь» и кликните на **«Обратиться в УФАС»**
- Во время личного приема руководителя Татарстанского УФАС России и его заместителей каждый вторник с 14 до 18 часов. Для записи позвоните в приёмную по номеру: **8 (843) 236-89-22**



Наши контакты



www.tatarstan.fas.gov.ru



@ufas_tatarstan



Татарстанское
УФАС России



Татарстанское
УФАС России



@UfasTatarstan

Словарь терминов

Антимонопольный орган — федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы

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.

Недобросовестная конкуренция — любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам — конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

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

Ненадлежащая реклама — реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

Рекламодатель — изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламораспространитель — лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламопроизводитель — лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан
Управление Федеральной службы по антимонопольной службе по Республике Татарстан
Управление Федеральной службы по антимонопольной службе по Республике Татарстан
Управление Федеральной службы по антимонопольной службе по Республике Татарстан
Управление Федеральной службы по антимонопольной службе по Республике Татарстан
Управление Федеральной службы по антимонопольной службе по Республике Татарстан
Управление Федеральной службы по антимонопольной службе по Республике Татарстан
Управление Федеральной службы по антимонопольной службе по Республике Татарстан
Управление Федеральной службы по антимонопольной службе по Республике Татарстан
Управление Федеральной службы по антимонопольной службе по Республике Татарстан

