**1. На какой стадии находится разбирательство по заявлению МУП Горсвет и ПАО Региобанк –Открытие?**

Такой жалобы нет на рассмотрении в управлении.

**2. Роль Русгидро в осуществлении закупок с дочерними предприятиями**

Раскрытие данного вопроса не относится к компетенции Хабаровского УФАС России.

**3. Как проводится оценка неэтичной рекламы? Учитывается ли мнение экспертов?**

В соответствии с [частью 6 статьи 5](consultantplus://offline/ref=1697AFA5AE30E972750FCD720910BFD4D04251498C67D2BB93CCED80696EB6986CFAD7A8B9EB6E8ElCJCA) Федерального закона "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.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

В связи с чем, при выявлении рекламы, имеющей признаки нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», Хабаровским УФАС России проводится опрос потребителей рекламы в сети Интернет на сайте управления.

Исходя из результатов опроса, принимается решение о возбуждении дела по признакам нарушения рекламного законодательства либо об отказе в возбуждении.

**4. В какие сроки антимонопольный орган рассматривает жалобу на нарушение процедуры торгов**

В соответствии с частью 14 статьи 18.1 федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» Антимонопольный орган рассматривает жалобу в течение семи рабочих дней со дня поступления жалобы, если при рассмотрении жалобы комиссии антимонопольного органа необходимо получение дополнительной информации, срок принятия решения может быть продлен на 7 рабочих дней.