**1. Правомерно ли распространение рекламы Дюрекс на ледовой площадке СЗК «Платинум арена»? содержит ли данная реклама информацию порнографического характера, причиняющую вред здоровью детей и их развитию?**

Товарный знак durex зарегистрирован за товарами: презервативы, предохранительные изделия из натуральной или синтетической резины или подобных материалов для гигиенических, профилактических или медицинских целей. Презервативы являются медицинскими изделиями. Медицинские изделия не входят в перечень товаров, реклама которых не допускается на основании ст.7 ФЗ «О рекламе». Реклама медицинских изделий регулируется ст. 24 ФЗ «О рекламе», при этом данная статья не содержит запрет на распространение такой рекламы в спортивных учреждениях. Согласно ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» информация порнографического характера – информация, представляемая в виде натуралистического изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного. Реклама товарного знака durex не содержит информацию порнографического характера.

**2. Правомерно ли мне отказали в предоставлении скидки, хотя в рекламе было написано просто: Скидки до 50 %, а в магазине объяснили, что только на летнюю коллекцию, а я хотела купить сапоги?**

В данном случае рекламодатель должен был указать в рекламе сведения о том, что скидки предоставляются только на летнюю коллекцию, так как эта информация является существенной для потребителя. Отсутствие данной информации вводит потребителя в заблуждение о возможности приобретения товара со скидкой.

**3. Почему растут цены на бензин, вы контролируете нефтяников или нет.**

Цены на бензины автомобильные и дизельное топливо не регулируются государством. Предприятия устанавливают цены реализации самостоятельно, исходя из цен закупки топлива у поставщиков и собственных расходов на реализацию.

Мы отслеживаем ситуацию на рынке реализации нефтепродуктов. Управлением проводится еженедельный мониторинг оптовых и розничных цен. В случае повышения цен мы запрашиваем причины повышения, исследуем их на обоснованность.

Также следует обратить внимание, что любое лицо может направить к нам заявления если, по его мнению в действиях нефтетрейдеров есть признаки нарушения антимонопольного законодательства.

**4. Есть ли ограничения для роста торговых сетей.**

Статьёй 14 Федерального закона от 28.12.2009 №381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» установлены определённые ограничения. Если доля торговой сети превысит 25 процентов объема всех реализованных продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий финансовый год в определённых границах (субъект Российской Федерации, муниципальный район, городской округ) такая торговая сеть не вправе приобретать или арендовать в границах соответствующего административно-территориального образования дополнительную площадь торговых объектов для осуществления торговой деятельности по любым основаниям, в том числе в результате введения в эксплуатацию торговых объектов, участия в торгах, проводимых в целях их приобретения.

Как следует из объёмов реализации продовольственных товаров за 2016 год в городе Хабаровске 25 процентный предел торговыми сетями не превышен.

**5. Какие последствия ожидают нарушителя в случае признания антимонопольным органом факта нарушения антимонопольного законодательства в виде злоупотребления доминирующим положением.**

Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства в виде злоупотребления доминирующим положением предусмотрена статьёй 14.31 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Размер штрафа определяется в зависимости от последствий нарушения антимонопольного законодательства – если нарушение не привело (не могло привести) к недопущению, ограничению или устранению конкуренции размер штрафа может составить от 300 тысяч до 1 миллиона рублей, если результатом нарушения является или может являться недопущение, ограничение или устранение конкуренции, размер штрафа рассчитывается исходя из суммы выручки нарушителя от реализации товаров на рынке, на котором совершено административное правонарушение (от 1 до 15 процентов).

**6. Какая цена товара может быть признана монопольно высокой.**

Статья 6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» содержит определение монопольно высокой цены товара - монопольно высокой ценой товара является цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, если эта цена превышает сумму необходимых для производства и реализации такого товара расходов и прибыли и цену, которая сформировалась в условиях конкуренции на товарном рынке, сопоставимом по составу покупателей или продавцов товара, условиям обращения товара, условиям доступа на товарный рынок, государственному регулированию, включая налогообложение и таможенно-тарифное регулирование (далее – сопоставимый товарный рынок), при наличии такого рынка на территории Российской Федерации или за ее пределами.

Как видно для признания цены монопольно высокой используются два метода – затратный и сопоставимых рынков.

При затратном методе исследуются расходы, включённые в расчёт цены, на предмет необходимости их для производства и реализации исследуемого товара, а также на обоснованность размера этих расходов и прибыли.

При методе сопоставимых рынков происходит сравнение исследуемой цены с ценами на аналогичные товары, реализуемые в аналогичных условиях, то есть сравниваемые товары реализуются на товарных рынках, имеющих одинаковые условия обращения товара, условия доступа на товарный рынок, государственное регулирования, включая налогообложение и таможенно-тарифное регулирование, одинаковый состав продавцов и покупателей.

**7.** **Может ли гражданин обратиться с заявлением о нарушении антимонопольного законодательства**.

Гражданин (физическое лицо) вправе направить в антимонопольный орган заявление, свидетельствующее о признаках нарушения антимонопольного законодательства.

При направлении следует обратить внимание, что с 2016 года в статью 10 Закона о защите конкуренции внесены изменения, в результате которых рассмотрение заявлений физических лиц на действия хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на соответствующем товарном рынке, в отношении этих физических лиц не связанные с недопущением, ограничением, устранением конкуренции и (или) ущемлением интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей не входят в компетенцию антимонопольных органов.