

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ДОКЛАД**

**Правоприменительная практика Тюменского УФАС России**

**при выявлении нарушений Закона о рекламе и антимонопольного законодательства в сфере недобросовестной конкуренции**

**Контроль за соблюдением законодательства о рекламе**

В антимонопольный орган поступает множество обращений граждан и юридических с жалобами на рекламу, которая не устраивает заявителей, как по содержанию, так и по способу распространения.

Кроме того, существенное количество обращений содержат в себе требование о согласовании содержания рекламы.

В связи с чем, антимонопольный орган считает необходимым пояснить следующее.

Действующим законодательством определено, что реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, а объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (п. 1 ст. 3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе». Этим же законом установлены требования к рекламе.

Федеральная антимонопольная служба и её территориальные органы исполняют государственную функцию по контролю за соблюдением законодательства о рекламе, независимо от места ее производства и способа распространения.

Антимонопольный орган предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами, а так же индивидуальными предпринимателями, законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выдает предписания об устранении нарушений и возбуждает административное производство по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

За истекший период 2017 года в Управление поступило141 **заявление** о признаках нарушения Федерального закона №38-ФЗ «О рекламе» ( в 2016 году – 234 заявления).

Управлением возбуждено и рассмотрено в 2017 году  **58 дел о нарушении законодательства о рекламе.** В основном это нарушение общих требований к рекламе, закрепленных в статье 5 ФЗ «О рекламе», а также статьи 18 вышеназванного закона. Вынесено и исполнено **30 предписаний** об устранении нарушений законодательства РФ о рекламе.

Количество нарушений рекламного законодательства не значительно отличается из года в год, меняется лишь количество нарушений по определенным статьям.

При этом, необходимо отметить, что к рекламе не относятся, а следовательно требования, предъявляемые к ней не распространяются на:

- политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума;

- вывески с указанием режима работы организации и лица, осуществляющего деятельность, а также на оформление фасада организации, направленного на обозначение места нахождения организации, в том числе указание видов осуществляемых организацией услуг. Например, вывески у входа в магазин, оформление фасада торговой точки и т.д.;

- справочно-информационные и аналитические материалы. Например, справочники об организациях, осуществляющих коммерческую деятельность;

- объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности. Например, объявления о сдаче/съеме квартир, предоставления денег в займы, предложения о трудоустройстве и т.д.

- также не будет являться рекламой информация, размещенная на упаковках товаров, содержащая сведения о производителе, о составе самого товара, элементов оформления товара при условии, что вся информация относится только к самому товару.

Таким образом, контроль за местами размещения вывесок, оформлением фасадов, размещением афиш и объявлений частного характера не входит в полномочия антимонопольного органа.

 Кроме того, антимонопольный орган не наделен полномочиями по разъяснению действующего законодательства в области рекламы и функцией согласования, как ее содержания, так и мест размещения, а также отнесения той или иной информации к рекламе.

Также необходимо особо отметить, что контроль за размещением наружной рекламы и установкой наружных рекламных конструкций статьей 19 Закона о рекламе отнесен к полномочиям органов местного самоуправления.

 Контроль антимонопольным органом осуществляется следующими способами:

- выдачей предупреждений, выявления и пресечения нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе;

-возбуждения и рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Возбуждение и рассмотрение дела происходит в соответствии с положениями Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. приказом ФАС России от 28.12.2007 №453) и Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508).

Письменное обращение, поступившее в антимонопольный орган, рассматривается в течение 30 дней со дня его регистрации. Срок рассмотрения обращения может быть продлен на 30 дней, о чем гражданин или организация, направившие обращение, уведомляется дополнительно.

Жалобы о нарушении рекламного законодательства могут быть поданы в антимонопольный орган следующими способами:

- доставка заявителем либо курьером в канцелярию антимонопольного органа;

- направление заказным письмом с уведомлением о вручении;

- направление письмом на электронный почтовый адрес to72@fas.gov.ru;

- с использованием портала государственных и муниципальных услуг (функций).

Жалоба должна содержать следующую информацию:

- сведения о заявителе, в том числе:

для физического лица - фамилия, имя, отчество (при наличии), адрес места жительства;

для юридического лица - наименование юридического лица, адрес места нахождения;

- имеющиеся у заявителя сведения о лице, в отношении которого подано заявление;

- описание нарушения антимонопольного законодательства со ссылкой на нормативные правовые акты, а также документы, свидетельствующие о фактах нарушения антимонопольного законодательства;

- существо требований, с которыми заявитель обращается;

- перечень прилагаемых документов.

При этом, отсутствие в жалобе одного из указанных выше пунктов может стать основанием для отказа в ее принятии к рассмотрению.

Примеры.

**Недобросовестная конкуренция: понятие, виды, порядок обращения**

Одной из миссий антимонопольного органа является обеспечение свободной конкуренции и эффективной защиты предпринимательства для развития страны. Обеспечение развития добросовестной конкуренции между участниками рынка ведет к подъёму и экономическому развитию страны. А именно, участникам рынка в условиях конкуренции необходимо привлечь к своим услугам или товарам потребителей, предлагая наиболее выгодные условия, следить за качеством своего товара, что и является импульсом развития товарных отношений.

В этой связи на первый план выходит соблюдение определенных правил конкуренции для обеспечения участников рынка равными правами и возможностями.

Контроль за добросовестным конкурентным поведением участников рынка возложен на антимонопольный орган. В целях пресечения действий (бездействий), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции в сфере предпринимательской деятельности, антимонопольный орган выдает хозяйствующему субъекту предупреждение в письменной форме о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства, либо об устранении причин и условий, способствовавших возникновению такого нарушения, и о принятии мер по устранению последствий такого нарушения.

 За истекший период 2017 года в Управление поступило 17 заявлений о признаках нарушения статей 14.1-14.8 (действия недобросовестной конкуренции) Федерального закона «О защите конкуренции».

 Больший процент поступивших заявлений связан с признаками нарушения ст. 14.1 ФЗ-135 недобросовестная конкуренция путем дискредитации, ст. 14.2-ФЗ-135 недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждения, а также ст.14.8 ФЗ-135 иные формы недобросовестной конкуренции, в том числе на рынке управления многоквартирными домами - создание препятствий бывших управляющих организаций вновь избранным управляющим организациям управлению многоквартирными домами путем не передачи технической документации на многоквартирные дома.

 Управлением, по результатам рассмотрения заявлений хозяйствующим субъектам выдано 6 предупреждений о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства.

 Возбуждено 1 дело по признакам нарушения статьи 14.6 Федерального закона «О защите конкуренции», выразившихся в использовании хозяйствующим субъектом в своей деятельности обозначения сходного до степени смешения с товарным знаком другого хозяйствующего субъекта – конкурента.

И так, разберемся, что же такое недобросовестная конкуренция, каковы ее формы и каков порядок обращения в антимонопольный орган с защитой прав и интересов хозяйствующих субъектов.

Под недобросовестной конкуренцией понимаются 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.

Для квалификации действий в качестве недобросовестной конкуренции необходимо наличие следующих обстоятельств:

а) действия совершались хозяйствующим субъектом-конкурентом;
- направленность действий на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности;

б) противоречие действий хозяйствующего субъекта законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;

в) причинение убытков или представление доказательств реальной возможности причинения убытков другому хозяйствующему субъекту-конкуренту, либо нанесения вреда его деловой репутации.
    В соответствии с разъяснениями ФАС России для признания действий недобросовестной конкуренцией должны одновременно выполняться все вышеуказанные условия.

Главой 2.1 Федерального Закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) введен запрет на недобросовестную конкуренцию, в частности: запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации; запрет на недобросовестную конкуренцию путем введения в заблуждение; запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения; запрет на недобросовестную конкуренцию, связанная с незаконным получением, использованием, разглашением информации, составляющей коммерческую и иную охраняемую тайну; иные виды недобросовестной конкуренции.

Разберемся нагляднее, что представляют из себя указанные виды недобросовестной конкуренции.

**Статьей 14.1 Закона о защите конкуренции установлен запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации.**

Под дискредитацией понимается распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации.

Например, ООО «Т», осуществляя деятельность на рынке дополнительного профессионального образования, направило своим контрагентам письма с дискредитирующей информацией о своем конкуренте – ООО «У», указав, что в отношении последнего проводятся различные проверки, в том числе прокуратурой, по факту незаконного получения документов (прайс-листов) ООО «Т».

ООО «У» обратилось в антимонопольный орган с жалобой на недобросовестную конкуренцию в действиях ООО «Т».

В ходе рассмотрения жалобы, антимонопольным органом было установлено, что прокурорских проверок в отношении ООО «У» не проводилось, а кроме того, ООО «Т» не представлено доказательств того, какими документами и информацией незаконно завладел его конкурент. При этом, ссылки на размещение на своем интернет-сайте похожего прайс-листа не свидетельствует о том, что оно незаконно завладело документами и информацией. Также прайс-лист не является объектом, который охраняется авторским правом.

Данные действия были признаны недобросовестной конкуренцией.

**Статьей 14.2 Закона о защите конкуренции установлен запрет на недобросовестную конкуренцию путем введения в заблуждение**, в том числе в отношении качества и потребительских свойств товара, его количества, места производства, условий реализации такого товара.

Например, в антимонопольный орган обратилось ООО «У» с жалобой на недобросовестную конкуренцию в действиях ООО «Р», указав, на то что на упаковке производимого ООО «Р» маргарина, указано сливочное масло, содержание жира 75,5% при этом цена данного продукта составляла 35 рублей за пачку, при среднерыночной цене на сливочное масло по региону 80 рублей. Как указал заявитель, под видом сливочного масла ООО «Р» реализовывало спред.

В ходе рассмотрения данного обращения были получены документы подтверждающие, что реализуемый ООО «Р» товар не является сливочным маслом.

Таким образом, действия ООО «Р» являются недобросовестной конкуренцией, ущемляющей права ООО «У» на равные условия реализации товара, которые повлекли к причинению последнему убытков, поскольку продажи натурального сливочного масла данного производителя резко снизились, а реализация товара ООО «Р» возросла, при этом главными факторами таких изменений являлись введение в заблуждение относительно потребительских свойств товара и соотношения его цены.

**Статьей 14.3 Закона о защите конкуренции, установлен запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом – конкурентом и (или) его товаром.**

Например, ООО «С» направило контрагенту конкурента (ООО «Д») письмо, содержание которого указывало на "неоптимальную" и "нестабильную" работу оборудования конкурента, а также на гарантии долгой и безотказной работы оборудования, предлагаемого распространителем.

В ходе рассмотрения обращения ООО «Д» антимонопольный орган квалифицировал данные действия как недобросовестную конкуренцию. При этом указал, что примененная форма сравнения предполагает принижение изделий конкурента, превозношение своих. Такое сравнение построено по формуле "мой товар лучше, чем аналогичный у конкурента", в связи, с чем распространитель получает преимущества за счет использования репутации другого лица.

Необходимо также обратить внимание на то, что, помимо некорректного сравнения, в указанных действиях содержится и распространение ложных, неточных сведений об оборудовании конкурента (дискредитация). Эти нормы часто применяются вместе, так как при некорректном сравнении, как правило, также распространяется негативная информация о конкуренте.

**Статьей 14.7 Закона о защите Конкуренции установлен запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с незаконным получением, использованием, разглашением информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну.**

Под получением информации следует понимать возможность ознакомления со сведениями, составляющими охраняемую законом тайну хозяйствующего субъекта - конкурента, а под использованием - применения указанных сведений с целью получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности.

При этом рассматриваемая информация должна быть получена не от лица, имеющего право ей распоряжаться. Им может быть контрагент владельца информации, у которого информация оказалась на законном основании, но право передачи информации третьим лицам у него отсутствует. Например, лицо в нарушение договорных обязательств по использованию конфиденциальной информации передает ее третьему лицу. При этом такая передача должна предоставить хозяйствующему субъекту преимущества в предпринимательской деятельности и быть способна причинить убытки его конкурентам.

В настоящее время по данному виду нарушений практика отсутствует.

**Статьей 14.8 Закона о защите конкуренции запрещены все иные виды недобросовестной конкуренции, которые не предусмотрены статьями 14.1-14.7,** таким образом, перечень видов недобросовестной конкуренции не является исчерпывающим.

Согласно статье 39 Закона о защите конкуренции, в целях пресечения действий (бездействия), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции и (или) ущемлению интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо ущемлению интересов неопределенного круга потребителей, антимонопольный орган выдает хозяйствующему субъекту предупреждение в письменной форме о прекращении действий (бездействия), либо об устранении причин и условий, способствовавших возникновению такого нарушения, и о принятии мер по устранению последствий такого нарушения.

При этом предупреждение выдается за нарушение статей 14.1, 14.2, 14.3, 14.7 и 14.8 Закона о защите конкуренции.

Предупреждение антимонопольного органа об устранении допущенного нарушения подлежит обязательному рассмотрению лицом, которому оно выдано, в срок, указанный в предупреждении. Срок выполнения предупреждения должен составлять не менее чем десять дней. По мотивированному ходатайству лица, которому выдано предупреждение, и при наличии достаточных оснований полагать, что в установленный срок предупреждение не может быть выполнено, указанный срок может быть продлен антимонопольным органом.

Антимонопольный орган должен быть уведомлен о выполнении предупреждения в течение трех дней со дня окончания срока, установленного для его выполнения.

Необходимо отметить, что при условии выполнения предупреждения дело о нарушении антимонопольного законодательства не возбуждается и лицо, выполнившее предупреждение, не подлежит административной ответственности за нарушение антимонопольного законодательства в связи с его устранением.

Однако, в случае невыполнения предупреждения в установленный срок и при наличии признаков нарушения антимонопольного законодательства, антимонопольный орган обязан принять решение о возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства в срок, не превышающий десяти рабочих дней со дня истечения срока, установленного для выполнения предупреждения.

Таким образом, не исполнение законного предупреждения антимонопольного органа в установленные законом сроки влечет возбуждение дела о нарушении антимонопольного законодательства в отношении лица, допустившего такое нарушение.

Наряду с указанными выше нарушениями, статьями 14.4, 14.5, 14.6 Закона о защите конкуренции, установлены запрет и на иные формы недобросовестной конкуренции, при этом необходимо отметить, что за указанные нарушения законодательством предусмотрено возбуждение дела о нарушения антимонопольного законодательства без выдачи предупреждения.

**Согласно статье 14.4 Закона о защите конкуренции, установлен запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг.**

В качестве примера можно привести следующую ситуацию.

В антимонопольный орган обратилось ООО «А», являющееся сетью спортивных клубов с заявлением на недобросовестные действия ООО «Т», которые выразились в использовании без согласия правообладателя зарегистрированного товарного знака, принадлежащего ООО «А» в сети своих спортивных клубов.

По результатам рассмотрения указанного обращения, антимонопольным органом было возбуждено дело о нарушении антимонопольного законодательства. По результатам рассмотрения указанного дела вынесено решение и ООО «Т» выдано предписание об устранении допущенного нарушения, поскольку в ходе рассмотрения дела факты изложенные в обращении подтвердились в полном объеме, при этом ООО «Т» не отрицало факт использования товарного знака без согласия правообладателя, мотивировав это тем, что данный товарный знак узнаваем потребителями и способствует привлечению новых клиентов в спортивные клубы.

**Согласно статье 14.5 Закона о защите конкуренции, запрещена недобросовестная конкуренция, связанная с использованием результатов интеллектуальной деятельности путем совершения хозяйствующим субъектом действий по продаже, обмену или иному введению в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности, за исключением средств индивидуализации, принадлежащих хозяйствующему субъекту-конкуренту.**

Например, в антимонопольный орган поступило обращение ООО «К» о недобросовестных действиях ООО «Л», выразившиеся в получении преимуществ в предпринимательской деятельности путем введения в оборот керамической плитки с незаконным использованием произведения дизайна, являющегося результатом интеллектуальной деятельности, исключительные интеллектуальные права на владение, пользование и распоряжение которым принадлежат хозяйствующее субъекту конкуренту - ООО "К", вследствие чего ООО "К" понесло убытки в виде упущенной выгоды от реализации керамической плитки собственного производства.

Действия ООО «Л» были признаны недобросовестной конкуренцией, обществу выдано предписание об устранении нарушения.

**Согласно статье 14.6 Закона о защите конкуренции, не допускается недобросовестная конкуренция путем совершения хозяйствующим субъектом действий (бездействий), способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта – конкурента либо с товарами или услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом – конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации.**

В качестве примера можно привести следующее.

В антимонопольный орган обратилось ООО «Д» с жалобой на недобросовестные действия ООО «Ч», выразившиеся в использовании наружного оформления аптек, сходного до степени смешения.

В ходе рассмотрения обращения было установлено, что ООО «Ч» с целью увеличения потока покупателей использовало оформление фасада принадлежащих ему аптек в той же цветовой гамме, что и его конкурент, а кроме того, часть слоганов в той же манере исполнения, что и у конкурента. Данные недобросовестные действия позволили получить преимущества перед иными хозяйствующими субъектами на данном товарном рынке в виде притока покупателей и отсутствия материальных вложений в разработку фирменного стиля. Тут необходимо отметить, что ООО «Д» было более узнаваемо покупателями, нежели ООО «Ч».

По данному факту антимонопольным органом было возбуждено дело о нарушении антимонопольного законодательства. По результатам рассмотрения вынесено решение о признании нарушения в действиях ООО «Ч», лицу выдано предписание об устранении допущенного нарушения.

Необходимо обратить на то, что антимонопольный орган не наделен полномочиями по рассмотрению вопросов, касающихся взыскания убытков с допустившего нарушение антимонопольного законодательства хозяйствующего субъекта. Решение данных вопросов относится к полномочиям суда, таким образом, заявитель имеет право обратиться в суд для взыскания причиненных ему убытков, в том числе и упущенной выгоды.

Необходимо помнить о том, что действия (бездействия) содержащие недобросовестную конкуренцию влекут привлечение виновного лица к административной ответственности по ст. 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Так согласно части 1 указанной статьи, недобросовестная конкуренция, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, за исключением случаев, предусмотренных статьей 14.3 настоящего Кодекса и частью 2 настоящей статьи, -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно части 2 ст. 14.33 КоАП РФ, недобросовестная конкуренция, выразившаяся во введении в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, средств индивидуализации продукции, работ, услуг, -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере двадцати тысяч рублей либо дисквалификацию на срок до трех лет; на юридических лиц - от одной сотой до пятнадцати сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено правонарушение, но не менее ста тысяч рублей.

Итак, обратиться в антимонопольный орган может любой хозяйствующий субъект, который считает, что в отношении него иным участником того же товарного рынка совершаются действия, представляющие собой недобросовестную конкуренцию.

Порядок обращения в антимонопольный орган установлен Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства Российской Федерации, утвержденным Приказом ФАС России от 25.05.2012 N 339.

Обращение подается в письменном виде в произвольной форме или в форме электронного документа.

Заявление должно содержать:

- наименование юридического лица, адрес места нахождения;

- имеющиеся у заявителя сведения о лице, в отношении которого подано заявление;

- описание нарушения антимонопольного законодательства со ссылкой на нормативные правовые акты;

- существо требований, с которыми заявитель обращается;

- перечень прилагаемых документов.

В случае невозможности представления документов, свидетельствующих о признаках нарушения антимонопольного законодательства, указывается причина невозможности их представления, а также предполагаемые лицо или орган, у которых документы могут быть получены.

Документы и сведения, указанные в заявлении, материалах, должны быть достоверными. Прилагаемые документы должны представлять собой оригиналы или копии оригиналов, заверенные подписью руководителя (уполномоченного лица) и печатью юридического лица (уполномоченного лица) или подписью физического лица (уполномоченного лица).

Коммерческая тайна, служебная тайна или иная охраняемая законом тайна, содержащаяся в документах, не может служить основанием для отказа в их предоставлении антимонопольному органу. При этом заявитель должен указать исчерпывающий перечень документов и сведений, составляющих коммерческую тайну (за исключением документов и сведений, которые не могут являться коммерческой тайной в соответствии с законодательством Российской Федерации), служебную или иную охраняемую законом тайну.

Заявление, материалы, а также прилагаемые к нему документы представляются на русском языке. В случае, если оригиналы документов составлены на иностранном языке, они представляются с заверенным переводом на русский язык с проставлением апостиля компетентного органа государства, в котором этот документ был составлен, за исключением случаев, когда апостиль не требуется в соответствии с международным договором Российской Федерации.

Заявление, материалы, указывающие на признаки нарушения антимонопольного законодательства, подаются:

- в соответствующий территориальный орган по месту совершения нарушения либо по месту нахождения (жительства) лица, в отношении которого подается заявление, материалы;

- в ФАС России независимо от места совершения нарушения либо места нахождения (жительства) лица, в отношении которого подается заявление, материалы.

Предельный срок рассмотрения обращения в антимонопольный орган составляет 3 месяца. По результатам его рассмотрения антимонопольным органом принимается решение о возбуждении или об отказе в возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства.