

НЕКОРРЕКТНОЕ СРАВНЕНИЕ ХОЗЯЙСТВУЮЩИМ СУБЪЕКТОМ
ПРОИЗВОДИМЫХ ИЛИ РЕАЛИЗУЕМЫХ ИМ ТОВАРОВ С
ТОВАРАМИ, ПРОИЗВОДИМЫМИ ИЛИ РЕАЛИЗУЕМЫМИ
ДРУГИМИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИМИ СУБЪЕКТАМИ КАК ФОРМА
НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

ЛИНЕЦКАЯ ЮЛИЯ 355-Ю

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.



Запрет на недобросовестную конкуренцию, в виде некорректного сравнения производимых или реализуемых товаров с товарами других хозяйствующих субъектов установлен **ст.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**.

Владимир Путин идет стопами Адольфа Гитлера

ГИТЛЕР



ПУТИН



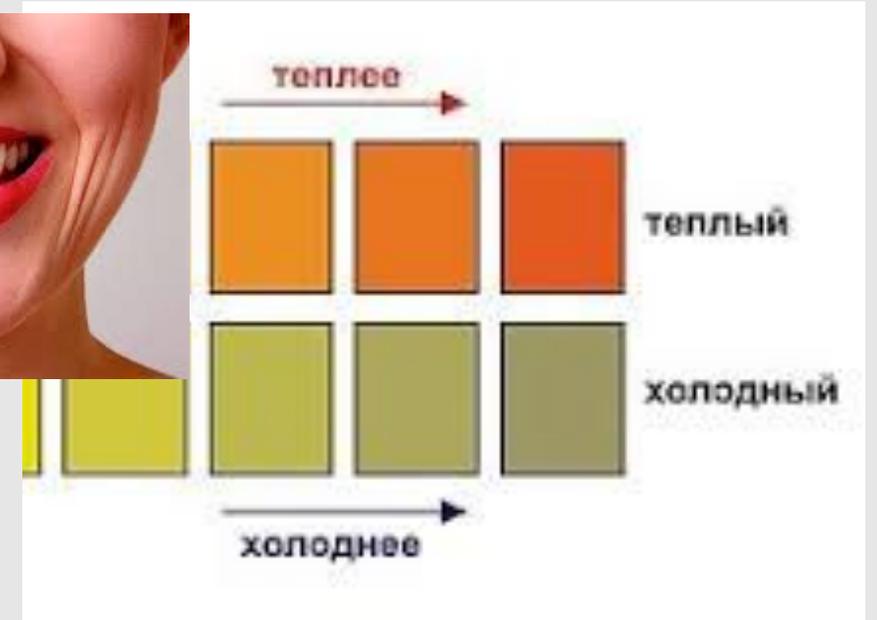
ВИДЫ НЕКОРРЕКТНОГО СРАВНЕНИЯ

- I) сравнение с использованием слов "лучший", "первый", "номер один", "самый", "только", "единственный", иных слов или обозначений создающих впечатление о превосходстве, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение
- если утверждения, содержащие указанные слова, являются **ложными**, неточными или **искаженными**.



ВИДЫ НЕКОРРЕКТНОГО СРАВНЕНИЯ

- 2) сравнение, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;



ВИДЫ НЕКОРРЕКТНОГО СРАВНЕНИЯ

- 3) сравнение основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.



- Некорректное сравнение – довольно распространенная форма недобросовестной конкуренции и чаще всего содержится в рекламе. Но даже если ложные, неточные сведения в рекламе формально соответствуют признакам некорректного сравнения, действия рекламодача нельзя признать недобросовестной конкуренцией. Их нужно квалифицировать как недобросовестную рекламу. В этом случае виновное лицо привлекут к административной ответственности именно за нарушение законодательства о рекламе по статье 14.3 КоАП РФ, а не по статье 14.33 КоАП РФ.



- Если же информация, распространение которой отвечает признакам недобросовестной конкуренции, распространяется не только посредством рекламы, но и другим способом (например, на этикетках товара, в переписке с контрагентами по договорам), лицо подлежит привлечению к административной ответственности на основании статьи 14.33 КоАП РФ.

