

**ООО «Тойота Мотор»**

141031, Московская обл.

Мытищинский район

территория МКАД 84-й км

ТПЗ «Алтуфьево», владение 5, строение 1

**ООО «Медиана Би Эйч»**

121596, г. Москва, ул. Горбунова, д. 2

строение 3, эт. 8, пом. II, ком. 38 Д, оф. 48

**О П Р Е Д Е Л Е Н И Е № 068/05/5-554/2020**

о возбуждении производства по делу по признакам нарушения  
законодательства Российской Федерации о рекламе

8 сентября 2020 года  
г. Тамбов

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области (Тамбовского УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – врио руководителя управления Мазаева С.В., рассмотрев материалы о распространении рекламы услуг автосалона «Тойота», содержащей недобросовестные и недостоверные сведения,

#### У С Т А Н О В И Л А:

Тамбовским УФАС России в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением участниками рекламной деятельности законодательства Российской Федерации о рекламе в сети Интернет в июне 2020 года установлено следующее.

В новостной ленте социальной сети «ВКонтакте» размещается реклама компании «Тойота» группы «Toyota Russia» с рекламной записью ([https://vk.com/wall-58488678\\_98361](https://vk.com/wall-58488678_98361)) следующего содержания: «Надежность и длительный срок службы автомобиля могут обеспечить только оригинальные запчасти, соответствующие высочайшим стандартам качества и безопасности Toyota. Паразитам не место в Вашем автомобиле. Неоригинальные запчасти вредят автомобилю и подвергают Вашу жизнь опасности. Покупая неоригинальные запчасти, вы подвергаете опасности себя и автомобиль. [www.toyota.ru](http://www.toyota.ru)».

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно части 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" реклама, содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими

продавцами, признается недобросовестной.

При анализе информации, необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Следует учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

Законодательство не содержит разъяснений, что можно считать некорректным сравнением, нет и критериев "корректности". В то же время на практике некорректными признаются случаи, когда без видимых оснований аналогичные товары (услуги) иных продавцов (исполнителей, производителей), а также сами иные продавцы, (исполнители, производители) снабжаются эпитетами, принижающими их качественные характеристики.

При этом общей речевой стратегией такой рекламы является стратегия дискредитации на основе сравнения. Цель (снижение имиджа) достигается в результате применения комплекса приемов, ориентированных на передачу отрицательной информации, направленных на формирование предпочтения к рекламируемому товару (услуге), продавцу (исполнителю, производителю) за счет негативной (зачастую уничижительной) оценки аналогичных товаров (услуг), других продавцов (исполнителей, производителей).

В рекламе компании «Тойота» следующего содержания: «Надежность и длительный срок службы автомобиля могут обеспечить только оригинальные запчасти, соответствующие высочайшим стандартам качества и безопасности Toyota. Паразитам не место в Вашем автомобиле. Неоригинальные запчасти вредят автомобилю и подвергают Вашу жизнь опасности. Покупая неоригинальные запчасти, вы подвергаете опасности себя и автомобиль» присутствует некорректное сравнение рекламируемых оригинальных автозапчастей Toyota с аналогичными автозапчастями других производителей, в том числе неоригинальными, путем указания на соответствие у первых высочайшим стандартам качества и безопасности, а также надежность и длительный срок эксплуатации автомобиля.

При этом, из формы подачи и смысла рекламной информации вытекает явная негативная оценка использования потребителями автозапчастей других

производителей (неоригинальные запчасти вредят автомобилю и подвергают Вашу жизнь опасности. Покупая неоригинальные запчасти, вы подвергаете опасности себя и автомобиль), и некорректное сравнение его с конкурирующими товарами (паразитам не место в Вашем автомобиле).

С учетом изложенного, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Содержащиеся в рекламе выражения «неоригинальные запчасти вредят автомобилю», «покупая неоригинальные запчасти, вы подвергаете опасности себя и автомобиль», «паразитам не место на вашем автомобиле» содержат сравнение автозапчастей оригинальных с автозапчастями других производителей и акцентирует превосходство оригинальных автозапчастей «Тойота».

Следовательно, реклама направлена на получение преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности. В результате использования в рекламе такой сравнительной характеристики рекламируемый товар может восприниматься потребителями как первый по всем возможным показателям, а реклама может ввести их в заблуждение относительно потребительских свойств и качеств товаров при их выборе.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Лицом, в чьих интересах распространяется вышеуказанная реклама

является ООО «Тойота Мотор» (141031, Московская обл., Мытищинский район, территория МКАД 84-й км ТПЗ «Алтуфьево», владение 5, строение 1, ОГРН: 1027739386400, дата присвоения ОГРН: 15.10.2002).

Согласно данным, представленным ООО «В Контакте» (вх. от 04.09.2020 № 5463), лицом разместившем рассматриваемое рекламное объявление, является ООО «Медиана Би Эйч» (121596, г. Москва, ул. Горбунова, д. 2, строение 3, эт. 8, пом. II, ком. 38 Д, оф. 48, ОГРН: 1117746097677, дата присвоения ОГРН: 14.02.2011, ИНН: 7701906766, КПП: 773101001).

С учётом изложенного, на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утвержденных постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 года № 508,

#### О П Р Е Д Е Л И Л А:

1. Возбудить производство по делу № 068/05/5-554/2020 по признакам нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пунктов 1,2 части 4 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле: лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе:

– ООО «Тойота Мотор» (141031, Московская обл., Мытищинский район, территория МКАД 84-й км ТПЗ «Алтуфьево», владение 5, строение 1, ОГРН: 1027739386400, дата присвоения ОГРН: 15.10.2002);

- ООО «Медиана Би Эйч» (121596, г. Москва, ул. Горбунова, д. 2, строение 3, эт. 8, пом. II, ком. 38 Д, оф. 48, ОГРН: 1117746097677, дата присвоения ОГРН: 14.02.2011, ИНН: 7701906766, КПП: 773101001).

3. Назначить дело № 068/05/5-553/2020 к рассмотрению **на 8 октября 2020 года в 11-00 часов** по адресу: г. Тамбов, ул. Державинская, 1 (3-й этаж, левое крыло, комната № 355).

4. **ООО «Тойота Мотор», ООО «Медиана Би Эйч» в срок до 5 октября 2020 года** представить в Тамбовское УФАС России следующие документы и информацию (копии должны быть надлежащим образом заверены):

- копии документов и материалов (договоры, акты выполненных работ,

платежные документы, макеты), связанных с изготовлением и распространением рассматриваемой рекламы;

- информацию о лице, разработавшем и утвердившем макет рассматриваемой рекламы;
- период распространения рассматриваемой рекламы;
- информацию о других местах распространения рассматриваемой рекламы;
- письменные объяснения о причинах распространения вышеуказанной рекламы с использованием некорректного сравнения товаров и услуг автосалона «Тойота» с конкурирующими товарами;
- письменные объяснения о причинах распространения вышеуказанной рекламы, содержащей сведения о преимущественных характеристиках услуг автосалона «Тойота» без объективного обоснования данного превосходства.

**В связи с эпидемиологической обстановкой лицам, участвующим в деле, предлагается принять участие в заседании Комиссии посредством видео-конференц-связи либо направить ходатайство о его рассмотрении без участия своих представителей.**

**Для участия в заседании посредством видео-конференц-связи лицам необходимо заблаговременно направить в Тамбовское УФАС России соответствующее ходатайство (в нем, в т.ч. указать контактное лицо и его телефон) и доверенность на представителя. Доверенность должна быть представлена в оригинале или в форме электронного документа, заверенного усиленной квалифицированной электронной подписью (на адрес [to68@fas.gov.ru](mailto:to68@fas.gov.ru)). При себе необходимо иметь документ удостоверяющего личность представителя.**

**Обязанность предоставления в антимонопольный орган информации, в том числе составляющей коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну, установлена статьей 34 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».**

**Дополнительно сообщаем, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации), влечет ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.**

С.В. Мазаева

Исп. Мясникова Алена Николаевна, 8(4752) 72-93-54