

# ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 4-05/83 по признакам нарушения  
законодательства Российской Федерации о рекламе.

«19» октября 2015 г.

г. Хабаровск

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...>, рассмотрев материалы, представленные отделом рекламы и недобросовестной конкуренции по факту распространения индивидуальным предпринимателем <...> рекламы торгового дома «Золото»,

## УСТАНОВИЛА:

в Хабаровском УФАС России отслежена реклама следующего содержания:

Торговый дом «ЗОЛОТО» лучшая ювелирная сеть России. По версии ООО «ЛГЦР» в 2012 году».

Реклама опубликована в журнале «Лучшее в Хабаровске» (№ 9, сентябрь 2015 г. и № 10, октябрь 2015 г.).

При оценке рекламы на соответствие Федеральному закону «О рекламе» установлено следующее.

Использованное в рекламе утверждение «Лучшая ювелирная сеть России» указывает на превосходство и подразумевает, что рекламируемые товары и услуги торгового дома «Золото» лучше, т.е. обладают более высокими достоинствами и преимуществом перед другими аналогичными услугами, оказываемыми другими участниками рынка. Данная реклама адресована неопределенному кругу лиц, направлена, прежде всего, на продвижение реализуемых услуг и привлечение клиентов, и спорное сочетание воспринимается не просто как информация о свойствах услуг, а именно как реклама, поскольку формирует положительный образ данных услуг, и способствует возникновению желания ими воспользоваться.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012 г.) «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо исходить из того, что 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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший»,

жно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

в отсутствие конкретного критерия сравнения создается впечатление, что торговый дом «ЗОЛОТО» обладает преимуществом по всем критериям и в масштабах всей страны является лучшей ювелирной сетью из числа однородных.

Отсутствующая в рекламе приписка «По версии ООО «ЛГЦР» в 2012 году» не может рассматриваться в качестве критерия, поскольку термин «критерий» означает знак, на основании которого производится оценка, определение или квалификация чего-либо (Ефремова Т.Ф.. Современный толковый словарь русского языка. Мю: АСТ, Амстердам, Харвест, 2006).

Суть критерия является признаком, по которому проводится сравнение - процесс количественного или качественного сопоставления разных свойств (сходств, отличий, преимуществ и недостатков) двух и более объектов.

В том же образом, результаты опроса работников ООО «Ломбард. Городской центр расчетов», выражающие мнение определенного круга лиц, не являются признаком и не могут быть критерием обоснованности употребления в рекламе торгового дома «ЗОЛОТО» термина «лучшая».

Согласно [пункта 28](#) Постановления Пленума ВАС РФ оценка рекламы осуществляется с точки зрения обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Обычные потребители спорной рекламы, не обладающие специальными познаниями в области ювелистики, понимают рекламу буквально – торговый дом «ЗОЛОТО» - это «ЛУЧШЕЕ», потому что в России среди ювелирных предприятий, т.е., рекламируемое торговое предприятие находится в более лучшей позиции, включая качество, ассортимент, широкий и ценовой уровень реализуемых товаров.

Вместе с тем, установлены факты размещения в г. Хабаровске наружной рекламы торгового дома «ЗОЛОТО» лучшей ювелирной сетью. По версии ООО «ЛГЦР» в 2012 году в следующих зданиях по адресам:

ул. Муравьева Амурского, 19, (кинотеатр «Гигант»);

ул. Суворова, 25, (ТРЦ «Южный парк»).

ул. Карла-Маркса, 76 «а», (ТЦ «НК Плаза»);

ул. Муравьева Амурского, 4, (Хабаровское краевое объединение профсоюзов).

Важная информация о том, что торговый дом «ЗОЛОТО» является по версии ООО «ЛГЦР» лучшей ювелирной сетью, также не сопровождается подтверждением критерия объективности превосходства, поэтому является недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара и некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте аналогами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах

рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые изведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недостоверной и не допускается.

Кроме того, в силу [пункта 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.

В данном образе, и печатная реклама (в журнале «Лучшее в Хабаровске») и наружная реклама торгового дома «Золото», указывают на нарушение пункта 1 части 2 и пункта 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение указанных требований несет рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем является индивидуальный предприниматель <...>, следовательно, по его вине произошло нарушение рекламного законодательства.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 4-05/83 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя <...>.

3. Назначить дело № 4-05/83 к рассмотрению на 12 ноября 2015 г. в 12-00 часов по адресу: г. Хабаровск, ул. Запарина, 67, каб. 23.

4. Для индивидуального предпринимателя <...>, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации обязательна.