

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 02-03/15-2017 по признакам нарушения ООО «Триумфальная арка» Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителей ООО «Триумфальная арка» по доверенности б/н от 30.03.2017г.,

#### УСТАНОВИЛА:

В эфире радиостанции «LOVE радио» (105,5 FM) 30.01.2017г. в период с 18.15 до 18.30, транслировалась реклама следующего содержания:

«Sale Sale Sale Закрываем зимний сезон таких низких цен как сейчас больше не будет, брюки Logo Piana тринадцать тысяч двести рублей, водолазка Brynello Cucinell двенадцать тысяч пятьсот рублей, **самые** низкие цены этой зимы в Триумфальной арке, улица Демонстрации, 1а, мультибрендовый бутик Триумфальная арка».

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является рекламой.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального 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 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012г. № 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.

В связи с этим использование в рекламе **сравнительной характеристики объекта рекламирования** с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому **реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной** как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами ([пункт 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе).

В нарушение установленных требований Закона в рекламе бутика «Триумфальная арка» отсутствуют конкретные критерии, по которым осуществлялось сравнение и

объективно подтверждено, что в бутике «Триумфальная арка» этой зимой реализуется товар по **самым низким ценам**.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за данное нарушение несет рекламодаделец, в данном случае - ООО «Триумфальная арка».

В силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Из письменных пояснений Общества (вх. № 1376 от 27.03.2017г.) следует, что в рекламе используется сравнительная характеристика: «самые низкие цены» применительно исключительно к ценам в бутике «Триумфальная арка» по отношению к ценам, которые были установлены ранее.

Указанный довод комиссия Управления не принимает во внимание, поскольку действующее законодательство не разделяет критерии использования сравнительной характеристики на «свой» товар (услугу) и/или товар (услугу) другого продавца, Высший Арбитражный Суд прямо указал, что реклама с использованием сравнительной характеристики, не сопровождаемая конкретным критерием, на основании которого сделан данный вывод, и его объективным подтверждением, считается недостоверной.

В соответствии с пунктом 4.3. договора № 09/01-1 от 09.01.2017г. о выполнении работ (оказании услуг), заключенного между ООО «Триумфальная арка» и ООО «РА Медиа Траст», заказчик (ООО «Триумфальная арка») несет ответственность перед исполнителем за достоверность и добросовестность рекламы либо предоставленных для работы материалов (исходных данных).

Принимая во внимание, представленные ООО «Триумфальная арка», документы (медиа план), свидетельствующие о прекращении нарушения, Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. постановлением Правительства РФ № 508 от 17.08.2006г., Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу бутика «Триумфальная арка», транслируемую в эфире радиостанции «LOVE радио» (105,5 FM) 30.01.2017г. в период с 18.15 до 18.30, размещенную в нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ООО «Триумфальная арка» нарушившим пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
3. Предписание ООО «Триумфальная арка» о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе» не выдавать, в связи с добровольным прекращением нарушения.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского

УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении ответственного должностного лица ООО «Триумфальная арка» к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ.

**Решение изготовлено в полном объеме "13" апреля 2017г.**

**Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.**