

Согласно списку адресатов

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ**

### **О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 3-5-196/77-17**

«25» января 2018 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-196/77-17, возбужденное по признакам нарушения ООО «КРАСНОСЕЛЬСКАЯ» пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в октябре 2016 года на сайте rambler.ru, а также через систему «Яндекс.Директ» рекламы «*В два раза дешевле, чем ЖК Волга*»,

в присутствии представителей: ООО «КРАСНОСЕЛЬСКАЯ» в лице <...> (по доверенности <...>), ООО «Медиа 108» в лице <...> (по доверенности <...>),

в отсутствие представителей АО «Волга», ООО «Рамблер Интернет Холдинг», ООО «Яндекс» (уведомлены надлежащим образом),

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-196/77-17 возбуждено в отношении ООО «КРАСНОСЕЛЬСКАЯ» на основании заявления АО «Волга» и материалов по факту распространения в октябре 2016 года на сайте rambler.ru, а также через систему «Яндекс.Директ» рекламы «*В два раза дешевле, чем ЖК Волга*».

В рассматриваемой рекламе были усмотрены признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы с использованием некорректного сравнения рекламируемого товара с иными аналогичными товарами, а также в которой содержатся недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы лиц, участвующих в деле, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 28 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 (далее — Правила), при рассмотрении дела антимонопольный орган знакомится с письменными и вещественными доказательствами по делу, заслушивает объяснения лиц, участвующих в деле, заключения экспертов, а также оглашает представленные в письменной форме объяснения и заключения.

Антимонопольный орган обязан принимать все предусмотренные законодательством Российской Федерации меры для всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела.

В соответствии с имеющимися в материалах дела документами и сведениями, рассматриваемая реклама, распространяемая в октябре 2016 года в системе «Яндекс.Директ» и на сайте rambler.ru содержала в себе утверждение: *«В два раза дешевле, чем ЖК Волга»*.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является информация, распространяемая 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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.

При этом в соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рекламный характер рассматриваемой информации лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или

реализуются другими продавцами.

Распространенная реклама содержит прямое сравнение жилого комплекса «KleinHouse» (kleinhouse.ru) с жилым комплексом «Волга».

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление), необходимо 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.

Исходя из указанной позиции, а также статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135 ФЗ «О защите конкуренции», письма ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15, под некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Указанная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с принципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых сведений о рекламодателях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом на использование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или неопределенных)

недобросовестных способов привлечения внимания к объекту рекламирования.

Таким образом, некорректное сравнение может быть осуществлено как с конкретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой, услугой), так и в отношении неограниченного круга хозяйствующих субъектов-конкурентов и (или) их товаров.

При этом некорректное сравнение может быть двух как негативным (иметь цель принизить товаров конкурента, превознося свои), так и позитивным (не ослабляет репутацию товара конкурента, а наоборот, использует ее).

Кроме того, некорректное сравнение может быть построено с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

В настоящем случае в рекламе использовалось сравнение с указанием на определенный критерий товара — его стоимость. В качестве подтверждения стоимости недвижимости в рекламируемом жилом комплексе ООО «КРАСНОСЕЛЬСКАЯ» представлены документально подтвержденные сведения о стоимости квартир, действующих на момент распространения рассматриваемой рекламы.

Вместе с тем, не смотря на неоднократные запросы Комиссии АО «Волга» не представлены какие-либо документы и сведения о стоимости квартир в жилом комплексе Волга, актуальные в период распространения рекламы.

Таким образом, не имея достаточных документально подтвержденных сведений относительно сравниваемых объектов у Комиссии отсутствует возможность установить в рассматриваемой рекламе нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Резюмируя изложенное, по решению Комиссии Московского УФАС России дело № 3-5-196/77-17 подлежит прекращению.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 36 Правил,

РЕШИЛА:

Производство по делу № 3-5-196/77-1 7 в отношении ООО «КРАСНОСЕЛЬСКАЯ» прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе.

Председатель Комиссии

<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>