

Реклама шуб меховой фабрики «Каляев» VS шубы фабрики «АЛЕФ»

20 ноября 2014, 17:00

Законодательством о рекламе установлены запреты на использование в любой рекламе некорректных сравнений и сообщения не соответствующих действительности сведений о преимуществах рекламируемого товара с другими находящимися в обороте товарами. Однако, в рекламе своей продукции (шуб) с утверждением «КАЛЯЕВ: наши шубы лучше алефа. Качество шуб Каляев лучше алефа» меховая фабрика «Каляев» нарушила эти требования Закона. Комиссия ФАС России признала рекламу недостоверной, предписала меховой фабрике «Каляев» прекратить нарушение и возбудила дело об административном правонарушении для определения размера штрафа.

Дело по признакам нарушения законодательства о рекламе ФАС России возбудила по обращению ООО «Пятигорская меховая фабрика «АЛЕФ»» с претензией к рекламе меховой фабрики «Каляев», распространявшейся в мае 2014 г. в рекламной системе «Яндекс. Директ» в сети Интернет.

Использованное в рекламе утверждение «КАЛЯЕВ: наши шубы лучше алефа. Качество шуб Каляев лучше алефа» свидетельствует о превосходстве продукции (шуб) меховой фабрики «Каляев» над аналогичными товарами, производящимися на меховой фабрике заявителя - ООО «Пятигорская меховая фабрика «АЛЕФ»».

При использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые указывают на превосходство товара над товарами иных производителей («лучший» и пр.), должны быть указаны те конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение и которые обосновывают данное утверждение.

В рекламе шуб «Каляев» не приведены критерии сравнения, и соответственно, невозможно установить обоснованность того, что продукция меховой фабрики «Каляев» действительно «лучше» продукции меховой фабрики ООО «Пятигорская меховая фабрика «АЛЕФ»».

Следовательно, пришла к выводу Комиссия ФАС России, реклама продукции (шуб) меховой фабрики «Каляев» противоречит требованиям пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

«Конкурентная борьба за покупателя, в том числе и в рекламе, должна быть честной», - прокомментировал решение Комиссии начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ведомства Николай Карташов.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признаётся реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признаётся реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуется другими продавцами.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет

ответственность за нарушение требований, установленных статьей 5 настоящего закона.