

Ненадлежащая реклама в интернете



Для кого (для каких случаев): Учредитель «перехвалил» свою фирму на своём сайте

Сила документа: Постановление Арбитражного Суда Округа РФ

Цена вопроса: Предписание Антимонопольного Комитета

Схема ситуации: Учредитель Фирмы завёл в Интернете сайт. Доменное имя сайта было похоже на сокращенное наименование его Фирмы. Ну и как не похвалить родную Фирму. Вот и написал Учредитель на сайте: «Наша компания является лидером в этом сегменте рынка...».

А конкуренты не дремали. Один из них тут же накатал заявление о ненадлежащей рекламе в УФАС. Проверяющие товарищи открыли сайт, проверили. Да. Заявление о лидерстве есть. А вот никакого аргумента, подтверждающего это лидерство, нет.

А ведь ещё Высший Арбитражный Суд РФ писал: *«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. Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной...».*

Нарушение налицо. Доменное имя совпадает с названием Фирмы. Владелец сайта – Учредитель Фирмы. Реклама – недостоверная, рекламоделец – Фирма. Вот Фирме в зубы предписание: «Немедленно прекратить!», в смысле вот вам срок для прекращения недобросовестной конкуренции.

Фирма стала спорить. И суды с Фирмой согласились. Во-первых, юридическое лицо не отвечает по обязательствам учредителя, если Закон отдельно этого не требует. Во-вторых, учредитель, хоть и владеет долей 52%, позволяющей влиять на решения Фирмы, ни директором, ни законным представителем Фирмы не является. Таким образом, Учредитель, как собственник сайта, не подотчетен Фирме и вправе распоряжаться своим Интернет-ресурсом по собственному усмотрению.

Учредитель на своем сайте рекламирует свою же Фирму, причем самым наглым (по мнению конкурентов) и ненадлежащим (по мнению УФАС) образом. Но по мнению суда «Заинтересованность юридического лица в распространении спорной информации ... не усматривается. Несмотря на то, что ...идет речь о самом обществе ... антимонопольный орган не представил убедительных и достаточных доказательств того, что именно общество является рекламоделем».

Предписание УФАС было признано недействительным.

Выводы и возможные проблемы: Схема интересная – рекламу даёт учредитель, а не сама фирма. Но раз на раз не приходится. Суд может и не оправдать. Поэтому, если рисковать желания нет, запомним, что заявление о лидерстве нужно всегда подкреплять аргументом. К примеру, так: «Наша Фирма – лидер продаж (по рейтингу нашего дистрибьютора)».

Строка для поиска в КонсультантПлюс: «Ненадлежащая реклама в интернете».

Где посмотреть документы: [КонсультантПлюс, Судебная Практика: ПОСТАНОВЛЕНИЕ АРБИТРАЖНОГО СУДА УРАЛЬСКОГО ОКРУГА ОТ 25.07.2018 N Ф09-3782/18 ПО ДЕЛУ N А50-28835/2017](#)

[документ в онлайн-версии](#)



Нет КонсультантПлюс?

Закажите полную версию документа или
подберите комплект КонсультантПлюс самостоятельно