

Некорректное сравнение как акт недобросовестной конкуренции

Алим Березгов
Юрист КА «Муранов, Черняков и партнеры»

ЧТО МЫ ОБСУДИМ?

Что такое некорректное сравнение?

Виды некорректного сравнения

Примеры из практики

Некорректное сравнение

Сравнение хозяйствующим субъектом себя, своего товара, своей деятельности с конкурентом, его товаром, его деятельностью



Виды некорректного сравнения

Сравнение 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 объективно подтвержденных конкретных характеристик сравнения или если такие слова являются ложными, неточными или искаженными



Направленность на неограниченный круг конкурентов

Виды некорректного сравнения

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 оценены

Коммерсанты
ничего не решают
пока не прочтут «Ведомости»



Направленность на определенный круг конкурентов

Виды некорректного сравнения

Сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозсубъекта-конкурента и (или) его товара



Достоверность объективно не может быть подтверждена или опровергнута

Некорректное сравнение

Некорректное сравнение, так же, как и любое иное, может быть двух видов: негативное или позитивное

При негативном сравнении хозяйствующий субъект стремится принизить товары конкурента, превознося свои

Позитивное сравнение, напротив, не ослабляет репутацию товара конкурента, а использует ее

Письмо ФАС России от 24 декабря 2015 г. № ИА/74666/15
«О применении «четвертого антимонопольного пакета»

Примеры из практики

Лучшие музеи и аттракционы! (Дело № 3-5-186/77-18)

Суть дела:

Гражданин обратился в ФАС с жалобой на действия Общества, выразившиеся в указании на рекламных листовках следующую информацию:

«Лучшие музеи и аттракционы Арбата».

Итоги рассмотрения:

Антимонопольный орган отметил, что в рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, по которому возможно осуществить сравнение с другими организациями предоставляющими аналогичные услуги. Сделать вывод о достоверности указанных преимуществ являлось невозможным.



Примеры из практики

Без алюминия – и это хорошо!
(Дело № 3-5-14/00-08-17)

Суть дела:

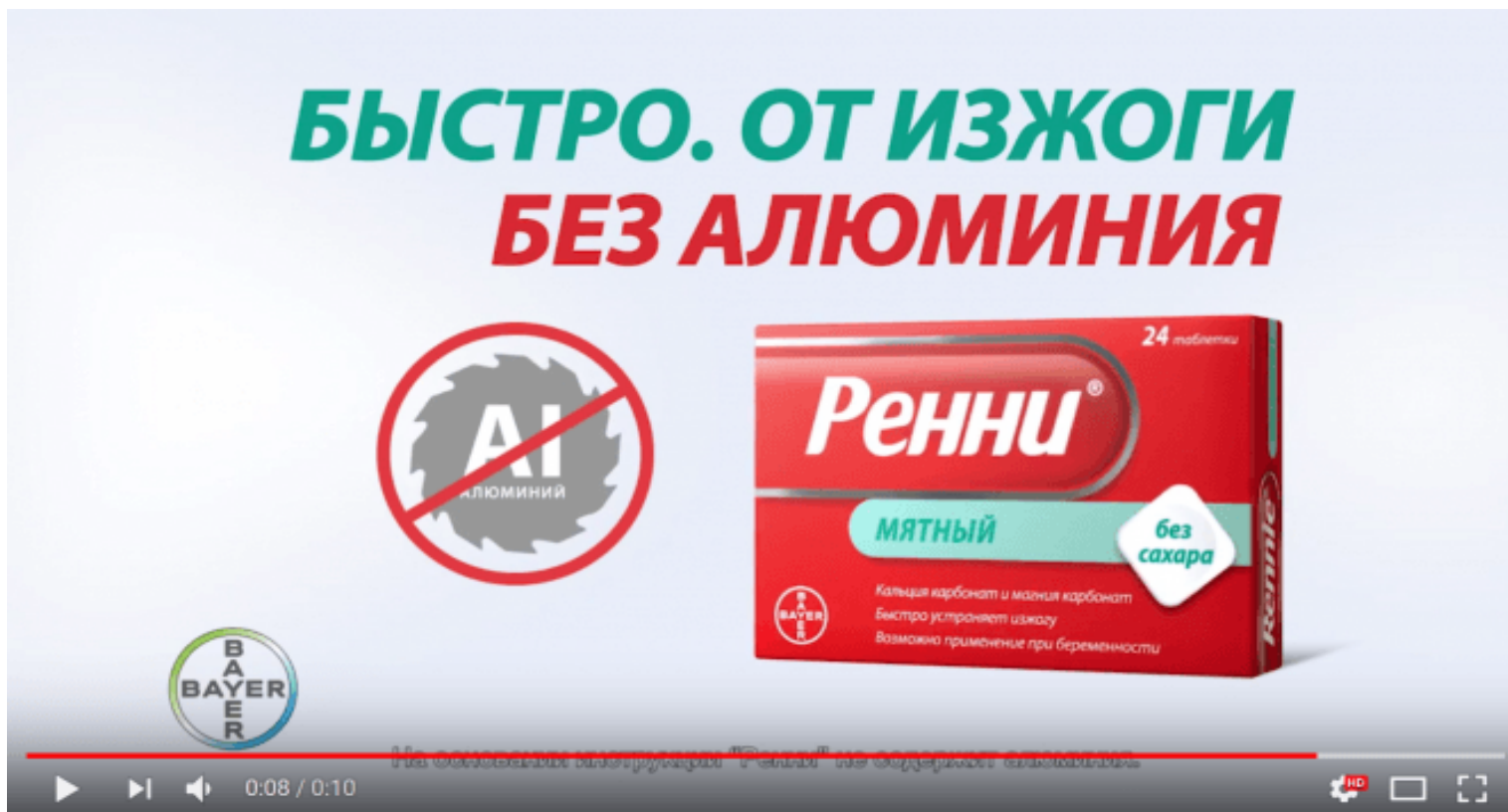
Общество указало в рекламном ролике, что его препарат без алюминия, и это хорошо.

Итоги рассмотрения:

Реклама лекарства Общества в ролике под лозунгом «*От изжоги без алюминия*» недостоверна, потому что в ней говорится, что препарат обладает преимуществом перед другими средствами от изжоги. Аргумент: в состав не входит алюминий.

Ролик демонстрирует отрицательное воздействие препаратов с алюминием, но это не подтверждено доказательствами и не соответствует действительности. Минздрав утвердил стандарты, по которым в перечень препаратов при заболеваниях желудочно-кишечного тракта включен препарат алюминия — алюминия фосфат.

Примеры из практики



Спасибо за внимание!



Коллегия адвокатов «Муранов, Черняков и партнеры»

Адрес: Денисовский пер., д. 23, стр. 6, Москва, 105005

Телефон: +7 495 783 7450

Факс: +7 495 795 0390

Сайт: <http://www.rospravo.ru>