

Рекламе закрыли двери

Ролики об ООО «Торэкс» могут призывать к квартирным кражам

Арбитражный суд Поволжского округа подтвердил законность решения Саратовского управления ФАС о признании ООО «Торэкс» нарушившим закон «О рекламе». Судебное заседание, на котором было принято решение оставить постановление суда Апелляционной инстанции без изменения, а кассационную жалобу «Торэкса» без удовлетворения, прошло 15 сентября. В ООО «Торэкс» не успели прокомментировать решение суда. Наблюдатели считают, что исход дела может зависеть от дополнительных экспертиз.

На днях Саратовское управление ФАС сообщило о подтверждении Арбитражным судом Поволжского округа законности признания саратовского производителя стальных дверей ООО «Торэкс» нарушившим Федеральный закон «О рекламе». Как сообщает антимонопольная служба, Саратовское УФАС приняло по подведомственности от Кировского УФАС дело по признакам нарушения законодательства о рекламе ООО «Торэкс». Инициаторами дела в отношении саратовской компании помимо кировских антимонопольщиков стало ООО «Центр правовой поддержки бизнеса „Визави“», также находящееся в Кирове.

УФАС сообщает, что службой «было установлено, что на телеканалах и радио на территории Кирова, Воронежа и Саратова распространялись рекламные ролики дверей ООО „Торэкс“, призывающие к противоправным действиям и подчёркивающие преимущество продукции ООО „Торэкс“ перед продукцией других производителей». Речь идет о радиороликах с текстом: *«Уважаемые радиослушатели, в эфире радиомагазина из квартиры. Предлагаем вам бытовую технику от компьютера до электробритвы. Первый пришедший может забрать абсолютно бесплатно. Акция действует в квартирах, в которых ещё не установлены стальные двери „Торэкс“. Без „Торэкс“ как без дверей»*. В аналогичных роликах предлагалось забрать «фамильные украшения и норковую шубу» и «раритетную тумбочку». Управление также обратило внимание на слоган «Без „Торэкс“ как без дверей».

Саратовское УФАС России признало рекламу компании ненадлежащей, поскольку в ней нарушены п. 1 ч. 3 и п. 1 ч. 4 ст. 5 закона «О рекламе» («Недостоверная реклама» и «Реклама, побуждающая к совершению противоправных действий»). ООО «Торэкс» обжаловало решение Саратовского УФАС России. Арбитражный суд Саратовской области признал указанное решение недействительным. Согласно комиссионному лингвистическому заключению кафедры стилистики русского языка Уральского федерального университета, заявления были признаны шуточными. Однако Двенадцатый арбитражный апелляционный суд отменил решение первой судебной инстанции и принял по делу новый судебный акт, поддержав позицию антимонопольной службы. Четыре дополнительные лингвистические экспертизы пришли к выводу, что «на категорию несовершеннолетних потребителей рекламы, не обладающих достаточными моральными устоями, неустойчивой психикой, реклама окажет негативное воспитательное воздействие». «Лица с девиантным поведением воспримут предложение забрать из квартиры чужое имущество как руководство к действию», — указано в мотивировочной части судебного решения. Рекламодатель, по мнению антимонопольной службы, должен был предполагать и учитывать все возможные

воздействия своей рекламы на общество в целом и на отдельные категории населения в частности. «В указанной рекламе двери ООО „Торэкс“ представляются как единственная альтернатива заведомо худшим и опасным предложениям всех других производителей дверей. Из рекламы следует, что никакие двери других производителей не обеспечат сохранность имущества потребителя рекламы», — посчитали с УФАС.

Таким образом, суд второй инстанции также указал на то, что преимущества рекламируемого товара не обязательно выражаются в сравнении с определённым товаром, но и с товарами без упоминания конкретного производителя или продавца. Решение Саратовского УФАС России и выводы Двенадцатого арбитражного апелляционного суда поддержаны кассационной инстанцией.

В ООО «Торэкс» с решением суда не согласны, но дать более подробный комментарий относительно судебного решения и возможных перспектив его обжалования не успели, сославшись на занятость юристов.

Юрист Яна Максимова говорит, что спорная реклама действительно «на грани допустимого». «Призывает ли она к противоправным действиям, действительно может сказать только скрупулезная лингвистическая экспертиза, поэтому, если предприятие будет судиться дальше, исход процесса может быть любым», — считает эксперт.

Подробнее: <http://www.kommersant.ru/doc/2811620>