

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ

02 октября 2013 года г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель
Комиссии: Л.Н. Галичина – заместитель руководителя — начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

И.П. Баранова – ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

члены
Комиссии: Н.В. Соболев – ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

Л.Р. Салиева – специалист 1 разряда отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 61-2013 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Уральский мясной двор» (далее – ООО «Уральский мясной двор») по факту распространения рекламы продукции «Калинка», создающей впечатление о преимуществах указанной продукции перед прочими товарами, без объективного подтверждения, в присутствии:

представителя ООО «Уральский мясной двор» <...> по доверенности от 01.08.2013 (личность удостоверена по паспорту),

представителя Челябинской областной общественной организации потребителей «Центр по защите прав» (далее – ЧОООП «Центр по защите прав») Тернового Евгения Сергеевича (личность удостоверена по паспорту),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области поступило заявление ЧОООП «Центр по защите прав» о распространении рекламы продукции «Калинка» с использованием рекламной конструкции, установленной в г. Челябинске на Свердловском проспекте, а также на «31 канале» и на телеканале

«Россия-1» в июне 2013 года. В рекламе присутствует информация: «Главный аромат летнего сезона шашлык и колбаски гриль Калининка». Также в указанной рекламе, транслировавшейся в телевизионном эфире, содержится информация: «...Не такой, как остальные, уникален...». По мнению заявителя, такая реклама создает впечатление о преимуществах продукции «Калинка» перед прочими товарами без объективного подтверждения.

Кроме того, Челябинским УФАС самостоятельно выявлено размещение указанной рекламы с использованием рекламной конструкции, установленной в г. Челябинске на проспекте Ленина, 52 и на пересечении Свердловского тракта и ул. Новгородской.

Для установления рекламодателя рекламы продукции Калининка, размещенной с использованием рекламной конструкции по указанным адресам, Челябинским УФАС России направлен запрос владельцам рекламных конструкций, ООО «Элефант-Проспект» и ООО «Армада Аутдор Регион». Из представленных сведений следует, что на основании договоров от 28.12.2011 № 111, от 22.02.2011 № 24527 рекламодателем является ООО «Уральский мясной двор» (454078, г. Челябинск, ул. Товарный Двор, д. 12).

С целью установления рекламодателя Челябинским УФАС России также направлен запрос в Филиал федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Южный Урал», осуществляющий вещание на телеканале «Россия-1», и в адрес ООО «Про ТВ», осуществляющего вещание на «31 канале». Согласно представленным сведениям, на основании договоров от 07.02.2013 № 1302-021 М, от 08.02.2013 № 34 рекламодателем видеоролика продукции «Калинка», транслировавшегося в эфире указанных каналов, является ООО «Уральский мясной двор».

Из объяснений представителя ЧОООП «Центр по защите прав» следует, что содержащиеся в рекламе слова «главный» и «уникален» создают впечатление о преимуществе шашлыков и колбасок гриль производителя «Калинка» перед другими производителями.

Представитель ООО «Уральский мясной двор» пояснила, что присутствующие в рекламе слова «главный» и «уникален» относятся к аромату шашлыков, который является основным ароматом летнего сезона, а не является главным ароматом продукции «Калинка» среди прочих производителей. Свои доводы представитель ООО «Уральский мясной двор» подтвердила заключением специалиста Демидова О.В. от 12.08.2013, из которого следует, что присутствующие в рекламе слова «главный» и «уникален» относятся к аромату шашлыков и колбасок гриль, реклама не создает впечатление о преимуществах продукции «Калинка».

Исследовав материалы дела, заслушав лиц, участвующих в деле, Комиссия пришла к следующим выводам.

В г. Челябинске на проспекте Ленина, 52 и на пересечении Свердловского тракта и ул. Новгородской с использованием рекламной конструкции распространялась реклама продукции «Калинка», в которой присутствовали сведения: «Главный аромат летнего сезона шашлык и колбаски гриль Калининка». Реклама продукции

«Калинка» также распространялась в телевизионном эфире: «...Не такой, как остальные, уникален...».

И в наружной, и в телевизионной рекламе присутствуют слова «главный», «уникален».

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, по следующим основаниям.

Реклама продукции «Калинка» не создает впечатление о преимуществах продукции «Калинка» перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В толковом словаре Ожегова С.И. слово «главный» определено как самый важный, основной, а слово «уникальный» определено как единственный в своем роде, неповторимый.

Поскольку реклама распространялась в летний период года, а шашлыки и колбаски гриль являются традиционным блюдом россиян во время отдыха летом на природе, то используемые в рекламе слова «главный», «уникален» не показывают на превосходство продукции «Калинка», а характеризуют аромат шашлыка как основного аромата среди прочих летних ароматов.

Учитывая изложенное, такая реклама не может рассматриваться как недостоверная, содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах продукции «Калинка» перед находящимся в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами

Ввиду не подтвердившегося факта нарушения ООО «Уральский мясной двор» требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», Комиссия считает, что производство по данному делу подлежит прекращению

Руководствуясь абзацем «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 61-2013 прекратить.

Председатель Комиссии Л.Н. Галичина

Члены Комиссии И.П. Баранова

Н.В. Соболев

