

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ № 06-06/59-2018

о возбуждении дела по признакам нарушения  
законодательства Российской Федерации о рекламе

28 сентября 2018 года город Омск

Председатель Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России), рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Гриль-Фест» (далее – ООО «Гриль-Фест», Общество) требований части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

### УСТАНОВИЛА:

В Омское УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 8164э от 19.09.2018) по факту распространения наружной рекламы гриль-бара BarBQ с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В целях рассмотрения заявления специалистом Омского УФАС России 25.09.2018 был зафиксирован факт распространения на рекламной конструкции (щит 3х6), расположенной в районе ТОЦ «Festival City» (г. Омск, ул. 70 лет Октября, 19), информации следующего содержания: «Гриль BarBQ ГЛАВНЫЙ ПО МЯСУ 92-79-70 grill55.ru ООО «Гриль-Фест» ИНН 5504233941 ОГРН 1125543047520».

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно [пункту 2](#) статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект

рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Указанная информация по своему содержанию, способу распространения адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к гриль-бару BarBQ и его продукции, то есть в полной мере обладает всеми признаками рекламы.

Согласно словарю С.И. Ожегова и Шведовой Н.Ю. (Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений/Российская академия наук. Институт русского языка имени В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: «А ТЕМП», 2004) термин «главный» означает: «1. Самый важный, основной. 2. Старший по положению, а также вообще возглавляющий что-н.».

В [пунктах 28 - 29](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что рекламодатель вправе выбрать любую форму, способ и средства рекламирования своего товара, при условии соблюдения обязательных требований к рекламе, установленных Федеральным законом «О рекламе». При этом информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Рекламная информация должна быть изложена таким образом, чтобы потребитель был правильно проинформирован и имел возможность свободно и осознано осуществлять свой выбор среди схожих на рынке товаров и услуг разных продавцов и/или производителей.

Использованное в рекламе утверждение «главный по мясу» в отношении гриль-бара BarBQ и его продукции создает у потребителей рекламы представление об отличии продукции данного производителя от продукции иных производителей, поскольку слово «главный» (учитывая его лексическое значение) подразумевает, что объект рекламирования обладает более высокими достоинствами и преимуществами перед другими хозяйствующими субъектами. При этом обоснование данного утверждения в рекламе отсутствует.

Таким образом, отсутствие в вышеуказанной рекламе существенной для потребителя информации, обосновывающей утверждение «главный по мясу», может способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламным предложением, что противоречит положениям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с требованиями нормы части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламоделец.

Рекламоделем указанной рекламы, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом, является ООО «Гриль-Фест» (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20 и 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 06-06/59-2018 по признакам нарушения требований части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель <...>;

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Гриль-Фест» (ИНН 5504233941, ОГРН 1125543047520, местонахождение: 644074, г. Омск, ул. 70 лет Октября, д. 19).

3. Назначить дело № 06-06/59-2018 к рассмотрению на 17 октября 2018 года в 16:00 часов по адресу: 644010, г. Омск, пр. К. Маркса, 12 А, к. 102.

4. ООО «Гриль-Фест» в срок до \_\_\_\_\_ октября 2018 года представить в адрес Управления письменный отзыв на настоящее определение с приложением документов, обосновывающих позицию ООО «Гриль-Фест».

Одновременно предупреждаю, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), а равно предоставление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо предоставление недостоверных сведений (информации) влечет за собой административное наказание в виде административного штрафа в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка представителя ООО «Гриль-Фест» для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.