ООО «Одинцовская Кондитерская фабрика»

Малые Вяземы, 20, Одинцовский район, Московская область, 143050

РЕШЕНИЕ

по делу № 08/05/5-49/2019

19 июня 2019 г. **г. Москва**

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Заместитель Председателя Комиссии

<...>- начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Члены Комиссии:

<...> – заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

<...>- начальник отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

<...>– консультант отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев материалы о распространении рекламы шоколадных конфет «Коркунов» 03 марта 2019 года на телеканале «ТВ Центр»,

в присутствии лиц, участвующих в деле:

лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ООО «Одинцовская Кондитерская фабрика» (юридический адрес: Малые Вяземы, 20, Одинцовский район, Московская область, 143050; ОГРН 1025004059706, ИНН 5032056319, КПП 503201001; дата регистрации: 22.10.1999) — уведомлены надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило обращение гражданина с жалобой на размещенную на телеканале «ТВ Центр» 03 марта 2019 года рекламу шоколадной продукции «Коркунов» производителя ООО «Одинцовская Кондитерская фабрика».

Реклама завершается кадром с изображением упаковок шоколадных конфет «Коркунов» и выполненным крупным хорошо читаемым шрифтом утверждением «Бренд №1*» и надписью на круговой обводке «Коркунов - бренд №1 среди шоколадных конфет в коробке».

В сноске сообщается следующее:

«По данным ГФК Русь Коркунов — бренд №1 в сегменте шоколадных конфет в коробках по количеству приобретенных потребителями шоколадных конфет в коробках в России в целом в период январь 2017 - декабрь 2017 гг.».

Использованное в рекламе утверждение «Бренд №1» в отношении шоколадных конфет «Коркунов» указывает на превосходство продукции данного производителя в сравнении с другими товарами, поскольку «№ 1» подразумевает, что рекламируемый товар является первым из числа других однородных товаров, обладая более высокими достоинствами и преимуществом перед ними.

При использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые указывают на превосходство товара перед товарами иных производителей («лучший», «№1» и пр.), должны быть указаны критерии, по которым осуществляется сравнение и которые обосновывают данное утверждение.

Текст сноски, в которой указывается критерий сравнения продукции, выполнен мелким шрифтом, размещен на 6% площади кадра и также демонстрируется в рекламном видеоролике в течение 2 секунд.

Форма и условия размещения рекламы не позволяют потребителям воспринять (прочитать) текст с критериями, обосновывающими утверждение № 1, ввиду мелкого шрифта и краткого времени показа, в отличие от информации о первенстве бренда «Коркунов», которая в рекламе приводится крупным шрифтом и на которой фиксируется внимание потребителей.

Формальное присутствие в рекламе критерия, по которому проводилось сравнение продукции на рынке кондитерских изделий, не позволяет потребителю воспринимать поясняющие рекламное утверждение сведения и не может рассматриваться как их наличие, соответственно фактически потребители данную информацию не получали.

Соответственно, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

В случае, когда критерий, являющийся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствовал в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил такую существенную информацию.

Соответственно, потребители не получают информацию о критериях сравнения, на основании которых утверждается о превосходстве продукции «Коркунов» над продукцией других производителей, что искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение.

Использование сравнительной характеристики «бренд №1» в рекламе без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

В рекламе отсутствуют критерии сравнения в виду невозможности восприятия поясняющего текста сноски, соответственно, невозможно установить обоснованность того, что «Коркунов», действительно является «брендом № 1».

Так, например, согласно данным Российского агентства по патентам и товарным знакам товарный знак «Бабаевский» (класс МКТУ: 30 — кондитерские изделия) зарегистрирован под номером RU 158618 17.11.1997.

В то время как товарный знак «А. Коркунов» (класс МКТУ: в том числе 30 — кондитерские изделия) зарегистрирован под номером RU 183899 24.01.2000.

Соответственно по дате регистрации товарного знака «А. Коркунов» бренд «Коркунов» не обладает статусом №1 на рынке кондитерских изделий.

При данных обстоятельствах указание на превосходство продукции «Коркунов» над иной находящейся в обороте шоколадной продукцией является некорректным и вводит потребителей в заблуждение относительно такого превосходства.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 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.

Утверждение «Коркунов — бренд № 1», использованное в рекламе шоколадных конфет «Коркунов», дает основание полагать, что торговый знак «Коркунов», под которым выпускаются шоколадные конфеты «Коркунов», производимые ООО «Одинцовская Кондитерская фабрика», является «брендом №1».

Из объяснений ООО «Одинцовская Кондитерская фабрика» следует, что в рекламном ролике утверждение «Коркунов — бренд № 1 среди шоколадных конфет в коробках» сопровождается сноской с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, а также указан источник информации, который подтверждает использованное в рекламе утверждение. В этой связи ООО «Одинцовская Кондитерская фабрика» считает, что утверждение «Коркунов — бренд № 1 среди шоколадных конфет в коробках» является достоверным и добросовестным.

Вместе с тем, форма и условия размещения рекламы не позволяют потребителям воспринять текст с критерием, обосновывающим утверждение «Коркунов — бренд № 1», ввиду мелкого шрифта и краткого времени показа сноски. Соответственно, форма предоставления критерия сравнения такова, что он не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствует.

Таким образом, в рекламе шоколадных конфет «Коркунов», распространявшейся 03 марта 2019 года в эфире телеканала «ТВ Центр», усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований части 2, 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Одинцовская Кондитерская фабрика» (юридический адрес: Малые Вяземы, 20, Одинцовский район, Московская область, 143050; ОГРН 1025004059706, ИНН 5032056319, КПП 503201001; дата регистрации: 22.10.1999).

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 5, частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 1 статьи 33, частями 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей, нарушающей пункт 1 части 2, часть 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», рекламу шоколадных конфет «Коркунов», распространявшуюся 03 марта 2019 года на телеканале «ТВ Центр», поскольку в рекламе содержится некорректное сравнение шоколадных конфет «Коркунов» с иной находящейся в обороте шоколадной продукцией в части указания на превосходство шоколадных конфет «Коркунов» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение.

2. Выдать ООО «Одинцовская Кондитерская фабрика» (юридический адрес: Малые Вяземы, 20, Одинцовский район, Московская область, 143050; ОГРН 1025004059706, ИНН 5032056319, КПП 503201001; дата регистрации: 22.10.1999) предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном

статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Одинцовская Кондитерская фабрика».

Решение изготовлено в полном объеме 26 июня 2019 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Заместитель Председателя Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>

<...>

<...>

<...>