



У П Р А В Л Е Н И Е Ф Е Д Е Р А Л Ь Н О Й А
П О Р Е С П У Б Л И К Е К О М И
О П Р

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № Р 01-01/18 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

12 января 2018 года

№ 03-01/168

Сыктывкар

ООО «Сыктывкархлеб»

Громова ул., д. 83,
г. Сыктывкар, 167983

АО «Кирово-Чепецкий ХК»

Мира пр., д. 92, г. Кирово-Чепецк,
Кировская область, 613043

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел,

возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...> Коми УФАС России, рассмотрев материалы по заявлениям ООО «Сыктывкархлеб» № 968 от 08.11.2017 (вх. № 5929 от 08.11.2017) и гражданина от 03.11.2017 (вх. № 6054 от 14.11.2017) по фактам распространения реклам с признаками нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступили заявления ООО «Сыктывкархлеб» № 968 от 08.11.2017 (вх. № 5929 от 08.11.2017) и гражданина от 03.11.2017 (вх. № 6054 от 14.11.2017) о нарушении акционерным обществом «Кирово-Чепецкий хлебокомбинат» (далее – АО «Кирово-Чепецкий ХК») законодательства о рекламе в связи с размещением в выпусках газеты «Источник новостей. Сыктывкар» рекламных статей о Кирово-Чепецком хлебокомбинате и производимой им продукции.

В результате рассмотрения материалов заявлений установлено следующее.

1. В соответствии со ст. 3 Закона о рекламе реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и 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.

Заявителями приложены копии статей, размещённых в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8, № 20 (020) от 18.08.2017 на странице 5, № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5.

В материалах заявлений имеются оригиналы перечисленных выпусков газеты «Источник новостей. Сыктывкар», в которых размещена, в том числе следующая информация:

- на странице 5 выпуска № 14 (014) от 07.07.2017 размещена статья под названием «Чудохлеб». Из Вятки – с любовью!»;
- на странице 8 выпуска № 19 (019) от 11.08.2017 размещена статья под названием «Чудохлеб»: на страже продовольственной безопасности Коми»;
- на странице 5 выпуска № 24 (024) от 15.09.2017 размещена статья под названием «Что будет с ценами на хлеб?»;
- на странице 5 выпуска № 20 (020) от 18.08.2017 размещена статья под

названием «Мы сделали хлеб доступнее!».

Первые три статьи построены в форме интервью с <...> АО «Кирово-Чепецкий ХК».

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации – газете «Источник новостей. Сыктывкар»;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: Кирово-Чепецкому хлебокомбинату и производимой им продукции, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Из выходных данных газеты «Источник новостей. Сыктывкар» следует, что указанное средство массовой информации является рекламно-информационным изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера (реклама более 45%).

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством размещения в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8, № 20 (020) от 18.08.2017 на странице 5, № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, является рекламой.

ООО «Сыктывкархлеб» указывает на недостоверность и недобросовестность рассматриваемых реклам, в том числе, что рекламы являются актом недобросовестной конкуренции.

В силу ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 5 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.

Различительным признаком недобросовестной рекламы является ее некорректность. К способам проявления данной формы ненадлежащей рекламы следует относить сравнения, содержание которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах.

В газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5 размещена статья под названием «Чудохлеб». Из Вятки – с любовью!».

Указанная статья содержит, в том числе следующие фразы:

«... Сыктывкар стал одним из нескольких городов, где Кирово-Чепецкий хлебокомбинат реализует проект «Хлеб от печи»,

«Хлеб погружается в специальные лотки и доставляется транспортом в термос-камерах – это позволяет сохранить тепло и свежесть продуктов. Всего за 6,5 часа с момента производства наш товар оказывается на прилавках сыктывкарских магазинов практически в первозданном виде»,

«Перед встречей я специально зашла в один из магазинов Сыктывкара – и была удивлена. В сравнении с крупными производителями хлеба по аналогичным позициям у Кирово-Чепецкого хлебокомбината цены на 25-30% ниже!».

Текст статьи сопровождается фотографиями.

На двух фотографиях представлен товар «батон нарезной». На одной фотографии на ценнике указано: «Новинка батон «Чудохлеб» 29,05 руб.», на другой – «Батон нарезной 34,50 руб.» (наименование производителя скрыто). Над фотографиями размещен комментарий следующего содержания: «Корреспондент «Источника новостей» сделал фото в одном из магазинов города. Слева – батон «Чудохлеб» от Кирово-Чепецкого хлебокомбината, справа – батон нарезной от другого производителя. Разница – в 5,45 руб.».

В статье под названием «Чудохлеб»: на страже продовольственной безопасности Коми», размещенной в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8, содержится фраза «Факты говорят сами за себя: в сравнении с некоторыми производителями хлеба, по аналогичным позициям у Кирово-Чепецкого хлебокомбината цены на 25-30% ниже».

По мнению ООО «Сыктывкархлеб», в вышеуказанных фразах содержится некорректное сравнение продукции Кирово-Чепецкого хлебокомбината с продукцией других производителей, конкретно с продукцией ООО «Сыктывкархлеб», так как именно батон нарезной производства ООО «Сыктывкархлеб» по цене 34,50 руб. продаётся в магазинах.

Заявитель указывает, что некорректность сравнения состоит в том, что сравниваются изделия (батон), имеющие различную массу, так как батон «Чудохлеб» весит 350 г, а батон нарезной ООО «Сыктывкархлеб» весит 400 г. О разнице в массе изделий реклама умышленно умалчивает с целью создать у потребителя заблуждение относительно существенной разницы в цене товара (25-30%) в пользу рекламируемого товара (его производителя) в ущерб иным конкурирующим товарам (производителям).

При этом, как указывает ООО «Сыктывкархлеб», информация о разнице в цене, составляющей 25-30%, является некорректной, поскольку таковой

разницы не имеется.

Из имеющихся материалов усматривается, что в рассматриваемой статье сравнивается стоимость одного и того же изделия (батон), производимого разными изготовителями, имеющими различную массу. Однако из рекламной статьи невозможно достоверно установить, батоны какой массы представлены на фотографиях.

Вместе с тем, согласно информации, представленной ООО «Агроторг» и ООО «Сыктывкархлеб», в рассматриваемый период в магазинах г. Сыктывкара реализовывались батон «Чудохлеб» массой 350 г по цене 29,05 рублей и батон нарезной ООО «Сыктывкархлеб» массой 400 г по цене 34,50 рублей.

Из имеющихся материалов усматривается, что в статье под названием «Чудохлеб». Из Вятки – с любовью!» производится сравнение батона «Чудохлеб» производства АО «Кирово-Чепецкий ХК» массой 350 г и батона нарезного производства ООО «Сыктывкархлеб» массой 400 г.

В связи с чем, усматривается, что информация о разнице в цене «в 5,45 рубля, на 25-30%» не соответствует действительности, поскольку стоимость 350 г батона нарезного производства ООО «Сыктывкархлеб» составит 30,20 рублей, что на 1,14 рублей больше, чем цена батона «Чудохлеб» массой 350 г.

В статье, размещённой в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, присутствуют также следующие фразы:

«А как вы относитесь к программам, стимулирующим покупать исключительно местного производителя?»

«Кто её производитель – из моего родного города или из другого, - мне не важно. Но мне важно не переплачивать за то, что кто-то попросту не умеет эффективно выстраивать свою работу».

В статье под названием «Что будет с ценами на хлеб?», размещённой в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, указано, в том числе следующее:

«... немало предприятий хлебопекарной отрасли находится в сложном состоянии. И все они – одна из основных угроз роста цен на хлеб»,

«... банкротство хлебокомбината всегда сулит дисбаланс на хлебопекарном рынке... подобные предприятия зачастую необоснованно повышают цены в попытке перекрыть управленческие ошибки. При высоком качестве цена на продукцию Кирово-Чепецкого хлебокомбината порой значительно ниже, чем у некоторых местных производителей»,

«Некоторые производители, повышая цены на хлеб, попросту перекладывают управленческие ошибки на карман покупателя».

ООО «Сыктывкархлеб» полагает, что вышеприведенные фразы содержат некорректное сравнение Кирово-Чепецкого хлебокомбината с другими производителями хлеба, тем, что ставят под сомнение их финансовую устойчивость и квалификацию менеджмента.

Рассматриваемые рекламные статьи содержат сравнение товара, производимого АО «Кирово-Чепецкий ХК», с аналогичными товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. В статьях не содержится прямого указания на конкретного производителя или продавца. Из смысла поданной информации следует, что речь идёт, в том числе о местных производителях, то есть, производителях Республики Коми. В связи с чем, усматривается, что в статьях может идти речь и об ООО «Сыктывкархлеб».

Из имеющихся материалов усматривается, что сравнение цен на продукцию АО «Кирово-Чепецкий ХК» с ценами на аналогичные товары других производителей хлеба, содержащееся в статьях, неверное, основано на неправильном расчёте.

Использованное в статьях сравнение имеет негативную окраску: фразы «Кто её производитель – из моего родного города или из другого, - мне не важно. Но мне важно не переплачивать за то, что кто-то попросту не умеет эффективно выстраивать свою работу», «подобные предприятия зачастую необоснованно повышают цены в попытке перекрыть управленческие ошибки» способствуют созданию негативного образа других хозяйствующих субъектов - производителей хлеба.

Вместе с тем, в рекламных статьях не содержатся конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, и которые имеют объективное подтверждение. В связи с чем, сравнение, содержащееся в рассматриваемых рекламных статьях, может быть признано некорректным.

Следовательно, рекламные статьи о Кирово-Чепецком хлебокомбинате и производимой им продукции, размещённые в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8, № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, содержат признаки нарушения требований п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

2. В соответствии с ч. 7 ст. 5 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.

В статье под названием «Чудохлеб». Из Вятки – с любовью!», размещенной в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, сравниваются цены батона производства АО «Кирово-Чепецкий ХК» и батона, изготовленного другим производителем. Как следует из имеющихся

материалов, сравнение производится с продукцией ООО «Сыктывкархлеб».

ООО «Сыктывкархлеб» указывает, что о разнице в массе изделий реклама умалчивает с целью создать у потребителя заблуждение относительно существенной разницы в цене товара (25-30%) в пользу рекламируемого товара (его производителя) в ущерб иным конкурирующим товарам (производителям).

В рекламе отсутствует часть существенной информации о массе рекламируемого товара – батона. Поскольку, как видно из имеющихся материалов, масса сравниваемых изделий различна, то отсутствие указанных сведений может повлечь искажение смысла информации и ввести в заблуждение потребителей рекламы.

В связи с чем, рекламная статья о Кирово-Чепецком хлебокомбинате и производимой им продукции, размещённая в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

3. Согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 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.

Статья под названием «Чудохлеб». Из Вятки – с любовью!», размещенная в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, содержит, в том числе фразу «Перед встречей я специально зашла в один из магазинов Сыктывкара – и была удивлена. В сравнении с крупными производителями хлеба по аналогичным позициям у Кирово-Чепецкого хлебокомбината цены на 25-30% ниже!».

В статье под названием «Чудохлеб»: на страже продовольственной безопасности Коми», размещенной в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8, содержится фраза «Факты говорят сами за себя: в сравнении с некоторыми производителями хлеба, по аналогичным позициям у Кирово-Чепецкого хлебокомбината цены на 25-30% ниже».

В статье под названием «Что будет с ценами на хлеб?», размещенной в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, в том числе указано: «При высоком качестве цена на продукцию Кирово-Чепецкого хлебокомбината порой значительно ниже, чем у некоторых местных производителей».

Используемые в рассматриваемых рекламных статьях фразы могут способствовать формированию у потребителей представления о том, что у других производителей хлеба, в том числе у ООО «Сыктывкархлеб», цены на

рекламируемую продукцию значительно (на 25-30%) выше.

Поскольку сравнение цен производится в статьях по товарам, реализуемым в магазине «Пятёрочка» г. Сыктывкара, Коми УФАС России запросило у ООО «Агроторг» информацию о розничных ценах на все виды хлеба, включая батон нарезной (в том числе производства АО «Кирово-Чепецкий ХК» и ООО «Сыктывкархлеб»), реализовавшегося в магазине «Пятёрочка» по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Лыткина, д. 31, по состоянию на даты выхода рекламных статей: 07.07.2017, 11.08.2017, 18.08.2017, 15.09.2017.

Анализ сведений, представленных ООО «Агроторг» и ООО «Сыктывкархлеб», позволяет сделать вывод, что информация о разнице в цене на 25-30% в пользу Кирово-Чепецкого хлебокомбината по сравнению с другими производителями хлеба (в том числе ООО «Сыктывкархлеб») по аналогичным позициям не соответствует действительности. Имеющаяся разница в ценах на аналогичную продукцию на некоторые изделия незначительная (например, на батон нарезной разница менее 20%), а по некоторым изделиям (например, батон нарезной нарезкой и хлеб бородинский) цена у ООО «Сыктывкархлеб» ниже, чем у АО «Кирово-Чепецкий ХК».

Таким образом, усматривается несоответствие действительности сведений о том, что в сравнении с другими производителями хлеба у Кирово-Чепецкого хлебокомбината цены на аналогичный товар на 25-30% ниже.

При таких обстоятельствах рекламные статьи о Кирово-Чепецком хлебокомбинате и производимой им продукции, размещенные в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8, № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, распространены с признаками нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

4. В соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.

В рассматриваемых рекламных статьях, размещённых в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8, № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, содержится сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, производимыми другими изготовителями. ООО «Сыктывкархлеб» полагает, что сравнение производится, в том числе с товарами, производимыми и реализуемыми Обществом.

В соответствии с положениями ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Федеральный закон «О защите конкуренции»):

- конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или

ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке;

- хозяйствующий субъект - коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации.

ООО «Сыктывкархлеб» в письменных пояснениях указало, что основными видами деятельности ООО «Сыктывкархлеб» за 2017 год являлись: производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения; дополнительными видами деятельности являлись, в том числе: торговля оптовая хлебобулочными изделиями, торговля розничная хлебом и хлебобулочными изделиями в специализированных магазинах; ООО «Сыктывкархлеб» и АО «Кирово-Чепецкий ХК» являются конкурентами на товарном рынке производства, оптовой и розничной реализации хлебобулочных изделий, в частности, по следующим товарам: хлеб «Дарницкий», хлеб «Бородинский», хлеб «Зерновой», батон нарезной, круассан с варёной сгущёнкой. География товарного рынка включает в себя территорию Республики Коми.

Из имеющихся материалов усматривается, что АО «Кирово-Чепецкий ХК» и ООО «Сыктывкархлеб» осуществляют деятельность на одном товарном рынке – рынке производства и реализации хлеба и хлебобулочных изделий, в том числе на территории Республики Коми, и по определению, данному в ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции», являются хозяйствующими субъектами - конкурентами.

ООО «Сыктывкархлеб» указывает, что приведенные в статьях фразы ставят под сомнение деловую репутацию Общества в части квалификации менеджмента.

В статье под названием «Чудохлеб». Из Вятки – с любовью!», размещенной в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, присутствуют, в том числе следующие фразы:

«А как вы относитесь к программам, стимулирующим покупать исключительно местного производителя?»

«Кто её производитель – из моего родного города или из другого, - мне не важно. Но мне важно не переплачивать за то, что кто-то попросту не умеет эффективно выстраивать свою работу».

В статье под названием «Что будет с ценами на хлеб?», размещенной в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, содержатся, в том числе следующие фразы:

«... банкротство хлебокомбината всегда сулит дисбаланс на хлебопекарном рынке... подобные предприятия зачастую необоснованно повышают цены в попытке перекрыть управленческие ошибки. При высоком качестве цена на продукцию Кирово-Чепецкого хлебокомбината порой значительно ниже, чем у некоторых местных производителей»,

«Некоторые производители, повышая цены на хлеб, попросту перекрывают управленческие ошибки на карман покупателя».

ООО «Сыктывкархлеб» указывает, что Общество относится к местным производителям, о которых идёт речь в первой фразе; статьи содержат некорректное сравнение, высказанное представителем АО «Кирово-Чепецкий ХК», с другими производителями хлеба, в том числе с ООО «Сыктывкархлеб», и указывают на неумение производителей эффективно выстраивать работу. ООО «Сыктывкархлеб» полагает, что указанная информация представляет в глазах покупателей местных производителей, в том числе ООО «Сыктывкархлеб», неэффективными управленцами, из-за которых должен переплачивать покупатель; из смысла высказываний следует, что цены на хлеб у местных производителей выше, так как они совершают управленческие ошибки и перекрывают их, повышая цены на хлеб, то есть за счёт покупателя; обвиняя своих конкурентов – местных производителей – в неэффективной работе, представитель АО «Кирово-Чепецкий ХК» в выгодном свете представляет своё предприятие.

ООО «Сыктывкархлеб» также ссылается на фразу, содержащуюся в статье под названием «Чудохлеб»: на страже продовольственной безопасности Коми», размещенной в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8, а именно: «Факты говорят сами за себя: в сравнении с некоторыми производителями хлеба, по аналогичным позициям у Кирово-Чепецкого хлебокомбината цены на 25-30% ниже». ООО «Сыктывкархлеб» считает, что недостоверное и некорректное сравнение продукции АО «Кирово-Чепецкий ХК» с аналогичной продукцией других конкурирующих производителей хлеба причиняет вред деловой репутации ООО «Сыктывкархлеб», поскольку указанной разницы в ценах (25-30%) не имеется.

Таким образом, из имеющихся материалов усматривается, что размещённая в рекламных статьях информация направлена на формирование предпочтения к рекламируемым товарам, их производителю за счёт негативной оценки аналогичных товаров других производителей.

При таких обстоятельствах в рекламных статьях о Кирово-Чепецком хлебокомбинате и производимой им продукции, размещенных в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, № 19

(019) от 11.08.2017 на странице 8, № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, содержатся признаки нарушения п. 2 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

5. В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция – любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Для того чтобы деятельность хозяйствующего субъекта была признана недобросовестной конкуренцией в соответствии с требованиями Федерального закона «О защите конкуренции», она должна содержать в себе следующие составляющие одновременно:

- быть направленной на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности;
- противоречить законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- при этом другие субъекты предпринимательской деятельности могут нести убытки или может быть нанесен вред их деловой репутации.

В соответствии с п. 2 ст. 14.3 Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция путём некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе 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 проверены.

В силу п. 3 ст. 14.1 Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция путём дискредитации, то есть распространения ложных, неточных или искажённых сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении условий, на которых предлагается к продаже товар другим хозяйствующим субъектом-конкурентом, в частности цены товара.

В рассматриваемых рекламных статьях, размещенных в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8, № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, распространены искажённые сведения в отношении условий, на которых предлагается к продаже товар другими хозяйствующими субъектами-конкурентами, а именно, информация о разнице в ценах на 25-30% на аналогичный товар конкурентов.

ООО «Сыктывкархлеб» полагает, что распространение рекламных статей приводит к получению АО «Кирово-Чепецкий ХК» преимуществ, поскольку рекламы побуждают покупателя приобретать товар именно у АО «Кирово-Чепецкий ХТ», мотивируя тем, что цена на него на 25-30% ниже, чем у местного производителя.

ООО «Сыктывкархлеб» представило в материалы заявления письменные пояснения, согласно которым в результате распространения рассматриваемых статей имело место причинение Обществу убытков. ООО «Сыктывкархлеб» указывает, что в период распространения статей снизился объём реализации продукции. В доказательство ООО «Сыктывкархлеб» представило сравнительный анализ объёма реализации продукции ООО «Сыктывкархлеб», имеющей аналоги у АО «Кирово-Чепецкий ХК», до публикации статей и после.

Таким образом, рассматриваемые рекламы направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, могут повлиять на увеличение количества потребителей товаров АО «Кирово-Чепецкий ХК» за счёт их оттока от конкурентов, в том числе от ООО «Сыктывкархлеб», что может повлечь для последнего убытки. Кроме того, распространение рассматриваемых статей может нанести ущерб деловой репутации ООО «Сыктывкархлеб».

Учитывая изложенное, рекламные статьи о Кирово-Чепецком хлебокомбинате и производимой им продукции, размещенные в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8, № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, содержат признаки нарушения п. 4 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

6. Согласно п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Заявитель гражданин указал, что 04.07.2017 около 11 часов в супермаркете

«Пятёрочка» на ул. Лыткина г. Сыктывкара он купил батон из Кирово-Чепецка в обычном прозрачном пакете, на котором стояла дата выпуска 04.07.2017 и время выпуска 6 часов утра. Заявителю показалось это странным и маловероятным, поскольку в статье под названием «Чудохлеб». Из Вятки – с любовью!», размещенной в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, говорится о доставке хлеба из г. Кирово-Чепецка в г. Сыктывкар за 6,5 часов. У заявителя это вызвало сомнения в достоверности размещенных реклам относительно сроков доставки хлеба из г. Кирово-Чепецка в г. Сыктывкар, а также натуральности используемых ингредиентов.

ООО «Сыктывкархлеб» ссылается также на нарушение Закона о рекламе в связи с указанием в рекламных статьях на натуральность продукции. Так, ООО «Сыктывкархлеб» приводит следующие фразы из статьи под названием «Что будет с ценами на хлеб?», размещенной в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5:

«И это приносит свои плоды – качественный, натуральный, полезный продукт высокого качества и по доступной цене, который предприятие поставляет в магазины Сыктывкара и Ухты»,

«Вся наша продукция изготавливается из отборного, высококачественного сырья. В составе – только натуральные ингредиенты!».

ООО «Сыктывкархлеб» указывает также на нарушение Закона о рекламе в статье под названием «Мы сделали хлеб доступнее!», размещенной в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 20 (020) от 18.08.2017 на странице 5, ссылаясь на следующие фразы:

«Ради эксперимента мы зашли в магазин «Пятёрочка»,

«Бренд «Чудо-хлеб» предоставил покупателю возможность приобретать качественный продукт, но по низкой цене»,

«Питайтесь натуральными, качественными продуктами».

Заявитель гражданин также ссылается на статью, размещенную в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, указывая, что возникшая у него ситуация вызывает сомнения в достоверности рекламы, в том числе относительно натуральности используемых ингредиентов.

Относительно размещенной в статье фразы «Питайтесь натуральными, качественными продуктами» ООО «Сыктывкархлеб» указывает, что данная фраза привлекает внимание потребителя к рекламируемому продукту – хлебу, производимому Кирово-Чепецким хлебокомбинатом, и указывает на его натуральность, то есть отсутствие в его составе каких-либо ненатуральных, искусственно созданных элементов или ингредиентов.

Однако, как полагает ООО «Сыктывкархлеб», не все из ингредиентов, которые имеются в продукции АО «Кирово-Чепецкий ХК», натуральные. Так, мука пшеничная хлебопекарная высшего сорта, сахар белый, масло подсолнечное, соль, дрожжи хлебопекарные прессованные в естественном состоянии в природе не существуют, получены в результате обработки природных компонентов с помощью промышленного, в том числе химического воздействия, соответственно, они не могут считаться натуральными.

Относительно дрожжей хлебопекарных прессованных, используемых в продукции АО «Кирово-Чепецкий ХК», установлено следующее.

ГОСТ Р 54731-2011 «Национальный стандарт Российской Федерации. Дрожжи хлебопекарные прессованные. Технические условия» распространяется на хлебопекарные прессованные дрожжи высшего и первого сортов, представляющие собой биомассу технически чистой культуры дрожжей *Saccharomyces cerevisiae*.

Согласно ГОСТ Р 54731-2011 хлебопекарные прессованные дрожжи предназначены для промышленного хлебопечения, домашнего приготовления хлебобулочных и кондитерских изделий и использования в других отраслях пищевой промышленности.

Пункт 4.1.1 ГОСТ Р 54731-2011 устанавливает, что хлебопекарные прессованные дрожжи должны быть изготовлены в соответствии с требованиями настоящего стандарта по технологическим регламентам и инструкциям, с соблюдением требований и норм, установленных нормативными правовыми актами Российской Федерации.

Согласно п. 4.2 ГОСТ Р 54731-2011 для получения хлебопекарных прессованных дрожжей применяют следующие сырье и материалы:

- чистые культуры штаммов дрожжей *Saccharomyces cerevisiae*;
- мелассу свекловичную по ГОСТ Р 52304;
- солод пивоваренный ячменный по ГОСТ 29294;
- экстракт солодовый;
- крахмал картофельный по ГОСТ 7699;
- соль поваренную пищевую по ГОСТ Р 51574;
- воду питьевую по ГОСТ Р 51232, (3);
- аммиак водный технический по ГОСТ 9;
- аммоний сернокислый очищенный по ГОСТ 10873;
- диаммонийфосфат технический для пищевой промышленности по ГОСТ 8515;

- фосфомин;
- кислоту ортофосфорную термическую по ГОСТ 10678;
- калий углекислый технический (поташ) первого сорта по ГОСТ 10690;
- калий хлористый мелкий первого сорта марки К по ГОСТ 4568;
- карбамид по ГОСТ 2081;
- кислоту серную контактную улучшенную марок А и Б по ГОСТ 2184;
- магний сернокислый 7-водный по ГОСТ 4523;
- магний хлористый технический (бишофит) по ГОСТ 7759;
- кислоту молочную пищевую по ГОСТ 490;
- ростовые вещества:
кальция пантотенат,
тиамина бромид;
- Д-биотин;
- бельтинг хлопчатобумажный фильтровальный по ГОСТ 332;
- пеногаситель;
- пластификатор;
- структол;
- эмульгаторы:
эфир полиглицерина с жирными кислотами;
- моющие и дезинфицирующие вещества:
гипохлорит кальция;
натр едкий технический по ГОСТ 2263;
соду кальцинированную (техническую) по ГОСТ 5100;
формалин технический по ГОСТ 1625;
кислоту борную по ГОСТ 9656;
перекись водорода по ГОСТ 177;
сульфонол;

гипохлорит натрия по ГОСТ 11086;

- вату медицинскую гигроскопическую по ГОСТ 5556;

- марлю медицинскую по ГОСТ 9412.

Допускается применять другие сырье и материалы, разрешенные для использования в дрожжевой промышленности, по характеристикам, не уступающим вышеуказанным, и по показателям безопасности соответствующие требованиям, установленным нормативными правовыми актами Российской Федерации.

Из вышеизложенного усматривается, что дрожжи хлебопекарные прессованные не являются натуральным ингредиентом.

Следовательно, рекламные статьи о Кирово-Чепецком хлебокомбинате и производимой им продукции, размещенные в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 20 (020) от 18.08.2017 на странице 5, № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5, содержат признаки нарушения п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

7. В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

При таких обстоятельствах рассматриваемые рекламные статьи размещены с признаками нарушения требований пунктов 1, 2, 4 части 2 статьи 5, пунктов 1, 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 1, 2, 4 части 2 статьи 5, пунктами 1, 2 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несёт ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

ООО «Источник Сыктывкар» представило копии документов и письменную

информацию, из которых следует, что рекламодателем рассматриваемых рекламных статей является АО «Кирово-Чепецкий ХК», рекламопроизводителем и рекламораспространителем - ООО «Источник Сыктывкар»; вся информация была представлена рекламодателем, который определил и согласовал содержание реклам.

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе, пунктами 20, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № Р 01-01/18 по признакам нарушения пунктов 1, 2, 4 части 2 статьи 5, пунктов 1, 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителей:

- ООО «Сыктывкархлеб», адрес места нахождения: 167983, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Громова, д. 83;

- гражданина;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – АО «Кирово-Чепецкий ХК», адрес места нахождения: 613043, Кировская область, г. Кирово-Чепецк, проспект Мира, д. 92.

3. Назначить дело № Р 01-01/18 к рассмотрению **на 12 февраля 2018 года на 15 часов 00 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. **АО «Кирово-Чепецкий ХК» в срок не позднее 08 февраля 2018 года** представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

4.1. Копию устава АО «Кирово-Чепецкий ХК» со всеми изменениями, дополнениями и приложениями на дату настоящего определения.

4.2. О рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе рекламных статей о Кирово-Чепецком хлебокомбинате и производимой им продукции, размещённых в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5, № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8, № 20 (020) от 18.08.2017 на странице 5, № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5 (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц).

4.3. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рекламных статей, указанных в пункте 4.2 настоящего определения (отдельно по каждой статье).

4.4. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рекламных статей, указанных в пункте 4.2 настоящего определения (отдельно по каждой статье).

4.5. Поясняющие, кто определил содержание рекламных статей, указанных в пункте 4.2 настоящего определения, их наполнение, кем, когда и каким образом одобрены (утверждены, согласованы) рекламные статьи, в случае, если рекламы не утверждались и не согласовывались, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию (отдельно по каждой статье).

4.6. О периоде распространения рекламных статей, указанных в пункте 4.2 настоящего определения, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения (отдельно по каждой статье).

4.7. О территории (укажите субъекты Российской Федерации) распространения рекламных статей, указанных в пункте 4.2 настоящего определения (отдельно по каждой статье).

4.8. Поясняющие, о каких хозяйствующих субъектах идёт речь в рекламных статьях, указанных в пункте 4.2 настоящего определения, в части фраз «некоторые производители хлеба», «некоторые местные производители» (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации – для физических лиц). В том числе укажите, идёт ли речь в рассматриваемых статьях об ООО «Сыктывкархлеб».

4.9. Доказательства соответствия действительности следующей информации, содержащейся в статье под названием «Чудохлеб». Из Вятки – с любовью!»,

размещённой в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5: «Всего за 6,5 часа с момента производства наш товар оказывается на прилавках сыктывкарских магазинов практически в первозданном виде». В том числе укажите реальные сроки доставки товара, с учётом доводов заявителя <...> о покупке в 11 часов батона, произведённого в 6 часов того же дня.

4.10. Доказательства соответствия действительности следующей информации, содержащейся в статьях, размещённых в газете «Источник новостей. Сыктывкар»:

- № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5 под названием «Чудохлеб». Из Вятки – с любовью!»: «Перед встречей я специально зашла в один из магазинов Сыктывкара – и была удивлена. В сравнении с крупными производителями хлеба по аналогичным позициям у Кирово-Чепецкого хлебокомбината цены на 25-30% ниже!»,

- № 19 (019) от 11.08.2017 на странице 8 под названием «Чудохлеб»: на страже продовольственной безопасности Коми»: «Факты говорят сами за себя: в сравнении с некоторыми производителями хлеба, по аналогичным позициям у Кирово-Чепецкого хлебокомбината цены на 25-30% ниже».

В том числе укажите, когда (даты), с какими хозяйствующими субъектами и по каким товарам производилось сравнение.

4.11. Поясняющие о производителе и массе хлеба «Батон нарезной 34,50 руб.», представленного на фотографии в статье под названием «Чудохлеб». Из Вятки – с любовью!», размещённой в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5.

4.12. Поясняющие, о каких хозяйствующих субъектах идёт речь в следующих фразах, содержащихся в статьях, размещённых в газете «Источник новостей. Сыктывкар»:

- № 14 (014) от 07.07.2017 на странице 5 под названием «Чудохлеб». Из Вятки – с любовью!»: «Кто её производитель – из моего родного города или из другого, - мне не важно. Но мне важно не переплачивать за то, что кто-то попросту не умеет эффективно выстраивать свою работу».

- № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5 под названием «Что будет с ценами на хлеб?»: «... банкротство хлебокомбината всегда сулит дисбаланс на хлебопекарном рынке... подобные предприятия зачастую необоснованно повышают цены в попытке перекрыть управленческие ошибки», «Некоторые производители, повышая цены на хлеб, попросту перекладывают управленческие ошибки на карман покупателя».

В том числе укажите, идёт ли речь в приведённых фразах об ООО «Сыктывкархлеб».

4.13. Поясняющие, что подразумевается под натуральностью продукции, производимой АО «Кирово-Чепецкий ХК», о которой говорится в статьях, размещённых в газете «Источник новостей. Сыктывкар» № 24 (024) от 15.09.2017 на странице 5 и № 20 (020) от 18.08.2017.

В том числе представьте доказательства соответствия действительности информации о натуральности всех ингредиентов, входящих в состав продукции АО «Кирово-Чепецкий ХК» («Вся наша продукция изготавливается из отборного, высококачественного сырья. В составе – только натуральные ингредиенты!»).

4.14. Поясняющие, на каком товарном рынке и в каких географических границах (город (города), Республика Коми, иное) осуществляет свою деятельность АО «Кирово-Чепецкий ХК» (с приложением подтверждающих документов).

4.15. Сведения об основных видах деятельности АО «Кирово-Чепецкий ХК» за 2017 год.

4.16. Поясняющие, являются ли АО «Кирово-Чепецкий ХК» и ООО «Сыктывкархлеб» конкурентами. Если являются – укажите, на каком товарном рынке, по каким видам реализуемых товаров и (или) оказываемых услуг, перечислите эти товары и услуги, укажите географию товарного рынка (город (города), Республика Коми, иное), с приложением подтверждающих документов.

4.17. О причинах размещения рекламных статей, указанных в пункте 4.2 настоящего определения, без учёта требований пунктов 1, 2, 4 части 2 статьи 5, пунктов 1, 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

4.18. О должностном лице АО «Кирово-Чепецкий ХК», по вине которого произошло нарушение рекламного законодательства (с приложением копий приказа о назначении на должность, должностной инструкции, служебного контракта (договора, соглашения) со всеми дополнениями, изменениями на дату представления документов и указанием сведений о фактическом месте жительства должностного лица).

4.19. Письменные объяснения должностного лица, указанного в пункте 4.18 настоящего определения, поясняющие обстоятельства размещения рассматриваемых реклам в нарушение пунктов 1, 2, 4 части 2 статьи 5, пунктов 1, 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в том числе входил ли в должностные обязанности указанного должностного лица контроль за соответствием размещаемых рекламных материалов требованиям рекламного законодательства в период распространения рассматриваемых рекламных статей, со ссылкой на должностную инструкцию.

4.20. Паспортные данные (копию с 2-ой по 7-ую страницы паспорта)

должностного лица, указанного в пункте 4.18 настоящего определения, с указанием даты и места рождения, адреса регистрации по месту жительства.

5 . ООО «Сыктывкархлеб» в срок не позднее 08 февраля 2018 года представить письменную информацию, отражающую позицию ООО «Сыктывкархлеб» относительно того, из каких ингредиентов должен производиться натуральный хлеб, и какие ингредиенты, используемые в производстве хлеба, являются натуральными.

6 . Заявителю-гражданину явиться лично (с паспортом) и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

7 . ООО «Сыктывкархлеб» обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

8. АО «Кирово-Чепецкий ХК» обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

9. О возможности рассмотрения дела в отсутствие лиц, участвующих в деле, сообщить не позднее 09 февраля 2018 года, предварительно по факсу (8212) 21-41-29 или на электронный адрес: to11@fas.gov.ru и направить такое обращение по почте.

Примечание:

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения, укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота.

В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях непредставление в Федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

Председатель комиссии <...>