

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

#### О РЕКЛАМЕ

«24» июня 2016г.

г. Кемерово

Заместитель председателя Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе Ланцман Людмила Игоревна, заместитель руководителя управления, рассмотрев материалы о размещении обществом с ограниченной ответственностью «Агрофирма Ариант» (ИНН 7424030241, ОГРН 1137424000207, дата регистрации: 19.02.2013г., юридический адрес: 457011, Челябинская область, Увельский район, ул. Совхозная, 2, далее по тексту – ООО «Агрофирма Ариант»), рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – ФЗ «О рекламе»),

#### УСТАНОВИЛА:

28.04.2016г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило заявление <...> (вх. № 2738 от 28.04.2016г.) о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе».

Из заявления следует, что в кабине лифта по адресу г.Кемерово, ул. Рокоссовского, 17, размещается реклама следующего содержания:

- «Мясные продукты из собственного сырья Ариант. Агрофирма «Ариант» - крупнейший холдинг по выпуску мясопродуктов на Урале, с замкнутым циклом производства: животноводческий комплекс, предприятия по переработке и производству мясных продуктов, логистический центр, сеть фирменных магазинов более 630 точек.. Свежее и вкусное каждый день [ariant-agro.ru](http://ariant-agro.ru) ...Магазины «Ариант» в Новокузнецке...».

Из ответа АО «Региональный Сетевой Информационный центр» (исх. № 1733-С от 11.05.2016г.) следует, что администратором домена второго уровня [ariant-agro.ru](http://ariant-agro.ru) с 11.07.2013г. и по настоящее время является ООО «Агрофирма Ариант».

По мнению заявителя, данная реклама размещена с нарушением требований пункта 2 части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Однако, Кемеровским УФАС России было установлено следующее:

В соответствии с [пунктом 29](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами ([пункт 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе).

Вышеуказанная реклама содержит не соответствующие действительности сведения, использование в рекламе слова «крупнейший» прямо указывает на преимущество по отношению к другим агрофирмам, формирует у потребителей соответствующее мнение о производителе услуг как о самом крупном, и, следовательно, интерес к его товарам. В части фразы «крупнейший холдинг по выпуску мясопродуктов на Урале» не содержатся конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение и которые имеют объективное подтверждение, а именно, не представляется возможным определить по каким критериям ООО «Агрофирма Ариант» является крупнейшим, что понимается под понятием холдинг в данной рекламе и какими пространственными границами руководствовалось ООО «Агрофирма Ариант», указывая регион. Использование в рекламе объектов такой сравнительной характеристики при отсутствии фактического и документального обоснования воспринимается потребителями как первый по всем возможным показателям и может ввести их в заблуждение.

Реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств (качеств, характеристик и др.) товара (работы, услуги). Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

Действующее законодательство исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени «крупнейший» должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

При этом применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

В соответствии с [пунктом 28](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»

рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Слово «крупнейший» образовано от прилагательного «крупный» с добавлением суффикса -ейший. В толковом словаре Ожегова С.И. значение слова «крупный» определено как: большой по размеру, величине, большой и экономически мощный; значительный по общественному и экономическому положению. Согласно справочнику по правописанию и литературной правке Д.Э. Розенталя (изд. «Айрис-Пресс» 2002 г.) в прилагательных с суффиксами -ейший или -айший включено выражение предельного признака.

Следовательно, в данном случае, в рекламе общества слово «крупнейший» означает самый крупный, и использование в рекламе данного слова прямо указывает на преимущество заявителя по отношению к другим агрофирмам, формирует у потребителей соответствующее мнение о лице, оказывающем услуги, как о самом крупном, в связи с чем, и интерес к его услугам.

Пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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.

В нарушение данной правовой нормы в тексте вышеуказанной рекламы не содержится критериев, по которым ООО «Агрофирма Ариант» является «крупнейшим холдингом по выпуску мясопродуктов на Урале», следовательно, использование в рекламе объектов такой сравнительной характеристики при отсутствии фактического и документального обоснования воспринимается потребителями как первый по всем возможным показателям и может ввести их в заблуждение.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

В данном случае рекламодателем является ООО «Агрофирма Ариант».

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

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 77/Р-2016 в отношении ООО «Агрофирма Ариант» (ИНН 7424030241, ОГРН 1137424000207, дата регистрации: 19.02.2013г.,

юридический адрес: 457011, Челябинская область, Увельский район, ул. Совхозная, 2) по признакам нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Назначить дело № 77/Р-2016 к рассмотрению **на 03 августа 2016 года на 09 часов 20 минут** по адресу: 650000, г. Кемерово, ул. Ноградская, д.5, каб. 309 (регистрация участников дела состоится **в 09 часов 10 минут в каб. 316**).

3. ООО «Агрофирма Ариант» необходимо представить в адрес Кемеровского УФАС России **в срок до 01 августа 2016 года** копии следующих документов, заверенных надлежащим образом:

- свидетельство о государственной регистрации юридического лица;
- договор (иной документ), на изготовление и размещение вышеуказанной рекламы (с приложением согласованного сторонами макета рекламы и указанием периода размещения данной рекламы);
- платежные документы (счета - фактуры, платежные поручения и иные документы), подтверждающие факт оплаты на изготовление и размещение вышеуказанной рекламы и указанием периода размещения;

В случае изготовления макетов сторонней организацией представить договор на данный вид услуги с этой организацией;

- платежные документы (счета - фактуры, платежные поручения и иные документы), подтверждающие факт оплаты за изготовление и размещение вышеуказанной рекламы.

Дополнительно ООО «Агрофирма Ариант» необходимо представить письменные пояснения по поводу распространения вышеуказанной рекламы, содержащей признаки нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Явка представителя ООО «Агрофирма Ариант» с доверенностью, оформленной надлежащим образом, для участия в рассмотрении дела, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, **обязательна**.

Заместитель председателя Комиссии

Л.И. Ланцман