

Уведомление о составлении протокола

Настоящим уведомляю о том, что **30 мая 2017г. в 11 часов 30 минут** по адресу: г. Кемерово, ул. Ноградская, дом 5, каб. 316 состоится процедура составления протокола по делу об административном правонарушении в отношении общества 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») за совершение правонарушения, выразившегося в нарушении требований пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе») при размещении рекламы в кабинках лифтов многоквартирных домов в г. Кемерово следующего содержания:

- «Мясные продукты из собственного сырья Ариант Сибирь WWW.ARIANT-AGRO-RU Агрофирма Ариант – один из крупнейших агропромышленных холдингов в Уральском Федеральном округе. Лидер по производству мясной продукции. Полный цикл производства: от формирования сырьевой базы до сети фирменных магазинов. Открыто более 650 фирменных магазинов «Ариант» в Челябинской, Свердловской, Тюменской, Новосибирской и Кемеровской областях. Ветчина Утренняя вареная/ 500 г 159р/шт... Вареники Хуторские с картофелем и салом 500г 65р... Каша перловая со свиной Ариант/ГОСТ/340г 59р... Магазины «Ариант» г. Кемерово... Дегустация фирменной продукции каждую пятницу, ждем Вас!... В магазинах сети «Ариант». Цены действительны на момент размещения рекламы. Условия акции уточняйте у продавцов. Количество товаров ограничено. ООО «Агрофирма Ариант». Юр. адрес: Челябинская обл., Увельский р-н, с. Рождественка, ул. Совхозная, 2. ОГРН 1137424000207, ИНН 7424030241», которая размещалась в кабине лифта многоквартирного дома по адресам г. Кемерово, ул. <...> в августе – сентябре 2016г.

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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.

Указание в рекламе возможности уточнения условий у продавца не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе в части требований о полноте информации при ее размещении с использованием иных средств. Отсылка к иным источникам рекламы (сведения, сообщаемые по телефону, у продавца и т.д.) не может рассматриваться как предоставление всей необходимой и достоверной информации при размещении рекламы с помощью иных средств (распространения рекламы в кабине лифта).

Отсутствие в рекламе указания на сроки проведения акции не позволяет потребителям правильно и адекватно воспринимать рекламную информацию, вводит их в заблуждение относительно временного промежутка реализации акции, указанной в рекламе, нарушает права потребителей на получение достоверной информации о рекламируемой услуге. Данная информация является

существенной для потребителя рекламы, поскольку влияет на оценку и решение потребителей относительно рекламируемой услуги.

ООО «Агрофирма Ариант» не доказало проведение заявленной в рекламе акции на постоянной основе, из текста рекламы также не следует, что акция проводится на постоянной основе, что товары продаются по цене, указанной в рекламе, у потребителя в данном случае отсутствует возможность определить срок, в течение которого он может получить возможность воспользоваться указанной акцией или предположить наличие у него неограниченного во времени права ей воспользоваться.

В случае, если рекламная акция носит не постоянный, а временный характер, отсутствие такой существенной информации о сроке ее проведения искажает смысл информации и вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно наличия у них неограниченного во времени права на приобретение товара по цене, указанной в рекламе.

В нарушение данной правовой нормы в тексте вышеуказанной рекламы отсутствует информация о сроках проведения акции.

- «Мясные продукты из собственного сырья Ариант Агрофирма Ариант – крупнейший агропромышленный холдинг в Уральском федеральном округе. Лидер по производству мясной продукции. Полный цикл производства: от формирования собственной сырьевой базы до сети фирменных магазинов. Открыто более 650 фирменных магазинов Ариант в Челябинской, Свердловской, Тюменской, Новосибирской и Кемеровской областях» (реклама размещалась в кабине лифта многоквартирного дома по адресу г. Кемерово, ул. <...>, в мае 2016г.).

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 мясoproдуктов 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 руководствовались 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 рекламодаатель 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» рекламодаатель 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.

ООО «Агрофирма Ариант» в адрес Кемеровского УФАС России были представлены рейтинги крупнейших производителей свинины за 2012г., 2013г., 2015г., однако, Комиссией Кемеровского УФАС России установлено, что в представленный период времени, ООО «Агрофирма Ариант» входило в число крупнейших производителей свинины, но не являлось крупнейшим:

- в 2012г. ООО «Агрофирма Ариант» занимало 12 место в рейтинге;

- в 2013г. ООО «Агрофирма Ариант» занимало 9 место в рейтинге;

- в 2015г. ООО «Агрофирма Ариант» занимало 11 место в рейтинге, вместе с тем, в спорной рекламе отсутствовало подтверждение того, что, ООО «Агрофирма Ариант» является крупнейшим агропромышленным холдингом в Уральском федеральном округе.

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 агропромышленным холдингом в Уральском федеральном округе», 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 пункта 1 части 3, частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», несёт рекламодатель.

В данном случае рекламодателем является ООО «Агрофирма Ариант», в связи с тем, что в вышеуказанной рекламе указаны ИНН, ОГРН, которые принадлежат данному юридическому лицу.

Административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламодателем, рекламодателем, рекламодателем требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и влечет наложение штрафа на физических лиц – от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей, на должностных лиц от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Физическое лицо или законный представитель юридического лица вправе представлять объяснения и замечания по содержанию протокола.

В случае неявки указанных лиц, протокол об административном правонарушении будет составлен в порядке, предусмотренном частью 4.1 статьи 28.2 КоАП.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.