

## РЕШЕНИЕ

по делу №10/04-2018 р

Резолютивная часть решения оглашена 26 апреля 2018 года

В полном объеме решение изготовлено 10 мая 2018 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии: <...>, <...>, <...>

в присутствии от заявителя:

<...>

<...>

в отсутствие: ООО «Первая газета плюс»;

рассмотрев материалы дела № 10/04-2018р по признакам нарушения п. 1 ч. 2 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5, ч.7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения ООО «Первая газета плюс» и ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» в газете «Аргументы и факты» -Вятка» от 29.11.2017г. № 48 на 3 странице рекламной информации под заголовком: «Эксперимент: как выбрать майонез» следующего содержания: «Мы провели собственное исследование. <...>»,

### УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС России поступило обращение Открытого акционерного общества «Производственный холдинг «Здрава» (далее -ОАО «Производственный холдинг «Здрава», Заявитель) по вопросу размещения в газете «АиФ» от 29.11.2017г. № 48 на 3 странице рекламной информации под заголовком: «Эксперимент: как выбрать майонез» следующего содержания: «Мы провели собственное исследование. <...>», которая содержит недостоверные, искаженные сведения, а также преимущество майонеза под торговой маркой «Слобода» (изготовитель ОАО «ЭФКО») над майонезами других торговых марок, в том числе «Здрава провансаль».

Определением от 29.01.2018 возбуждено дело № 10/04-2018р в отношении ООО «Первая газета плюс», рассмотрение назначено на 21.02.2018.

Определением от 21.02.2018 срок рассмотрения дела №10/04-2018р продлен до 28.04.2018. Определением от 27.03.2018 рассмотрение дела № 10/04-2018р назначено на 26.04.2018.

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация,

распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная под заголовком: «*Эксперимент: как выбрать майонез*» следующего содержания: «*Мы провели собственное исследование. Отдавайте предпочтение натуральным продуктам, выбирайте для семьи лучшее <...>*», размещенная в газете «Аргументы и факты» -Вятка» от 29.11.2017г. № 48 на 3 странице, адресована неопределенному кругу лиц (читателям газеты «Аргументы и факты» -Вятка»), направлена на привлечение внимания потенциальных потребителей к товару (майонезу «Слобода «Провансаль»), способствует формированию интереса к рекламируемому товару и его продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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.

При рассмотрении дела оценке подлежала рекламная статья, размещенная в газете «Аргументы и факты» -Вятка» от 29.11.2017г. № 48 на 3 странице по заголовком: «**Эксперимент: как выбрать майонез**» следующего содержания: «*Мы провели собственное исследование. Состав настоящего «белого» соуса-взбитая смесь яичных желтков, подсолнечное или оливковое масло, соль, сахар, вода, горчичное масло и уксус. Все эти компоненты богаты на витамины <...>*.

Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 ноября 2012 г. N 1692-ст межгосударственный стандарт ГОСТ 31762-2012 введен в действие в качестве национального стандарта Российской Федерации с 1 июля 2013 г. (далее ГОСТ 31762-2012 Майонезы и соусы майонезные. Правила приемки и методы испытаний»).

Решением Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 № 880 (ред. от 10.06.2014) «О принятии технического регламента Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» принят технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» ТР ТС 021/2011 (далее ТР ТС 021/2011).

Согласно пункту 1 статьи 2 ТР ТС 021/2011 объектами технического регулирования технического регламента являются пищевая продукция; связанные с требованиями к пищевой продукции процессы производства (изготовления), хранения, перевозки (транспортирования), реализации и утилизации.

Решением Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 N 883 (ред. от 10.05.2016) "О принятии технического регламента Таможенного союза "Технический регламент на масложировую продукцию" (вместе с "ТР ТС 024/2011. Технический регламент Таможенного союза. Технический регламент на масложировую продукцию") утвержден перечень стандартов, в результате применения которых на добровольной основе обеспечивается соблюдение

требований технического регламента Таможенного союза "Технический регламент на масложировую продукцию" (далее ТР ТС 024/2011).

Объектом технического регулирования настоящего технического регламента ТР ТС 024/2011 является в том числе майонез.

Согласно статье 3 ТР ТС 024/2011 масложировая продукция - масла растительные и продукция, изготавливаемая на основе растительных или растительных и животных масел и жиров (включая жиры рыб и морских млекопитающих), с добавлением или без добавления воды, пищевых добавок и других ингредиентов.

Майонез - тонкодисперсный однородный эмульсионный продукт с содержанием жира не менее 50 процентов, изготавливаемый из рафинированных дезодорированных растительных масел, воды, яичных продуктов в количестве не менее 1 процента в пересчете на яичный желток (сухой), с добавлением или без добавления продуктов переработки молока, пищевых добавок и других пищевых ингредиентов (статья 3 ТР ТС 024/2011).

Главой 4 ТР ТС 024/2011 установлены требования безопасности масложировой продукции. Масложировая продукция, выпускаемая в обращение на территории стран - участниц Таможенного союза, при использовании по назначению в течение срока годности пищевой масложировой продукции и срока хранения непившей масложировой продукции не должна причинять вреда жизни и здоровью человека.

В соответствии со статьей 8 ТР ТС 024/2011 на потребительской упаковке майонезов должна содержаться следующая информация: о температуре хранения, рекомендации по хранению после вскрытия потребительской упаковки.

В соответствии со статьей 10 ТР ТС 024/2011 используемое сырье, пищевые добавки и другие пищевые ингредиенты должны соответствовать требованиям технических регламентов Таможенного союза.

Согласно статье 18 ТР ТС 024/2011 оценка соответствия масложировой продукции требованиям настоящего технического регламента (далее - оценка соответствия) осуществляется в форме подтверждения (декларирования) соответствия масложировой продукции.

Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 20.07.2012 № 58 (ред. от 18.09.2014) «О принятии технического регламента Таможенного союза «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологически вспомогательных средств» принят [технический регламент](#) Таможенного союза "Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств" (далее ТР ТС 029/2012).

Приложение № 2 ТР ТС 029/2012 содержит перечень пищевых добавок, разрешенных для применения при производстве пищевой продукции, в который входят, в том числе: сорбиновая кислота, бензойная кислота, крахмал, ксантановая камедь, гуаровая камедь, которые, соответственно, не могут оказывать влияния на вкусовые качества и изменять отличительные признаки продукта.

Таким образом, добавки, о которых в статьях идет речь, а именно: стабилизаторы, консервант и краситель пищевой, являются пищевыми добавками, разрешенными к применению в пищевой продукции, их использование в пищевой продукции проверено и одобрено и, соответственно, не наносит никакого вреда здоровью и благополучию человека. Все требования к безопасности пищевых добавок, а также их применение указаны в ст. 7 Приложения к ТР ТС 029/2012.

В соответствии с главой 4 ТР ТС 024/2011 от 09.12.2011 «Масложировая продукция, выпускаемая в обращении на территории стран-участниц Таможенного Союза при

использовании по назначению в течение срока годности пищевой масложировой продукции не должна причинять вреда жизни и здоровью человека.

Согласно информации, представленной Управлением Роспотребнадзора по Кировской области, продукция производства ОАО «ПХ «Здрава» не соответствующая установленным требованиям по показателям качества и безопасности не выявлялась.

На упаковке майонеза «Провансаль» содержится, в том числе следующая информация: постоянный контроль качества, без ГМО, лауреат сто лучших товаров России.

Кроме того, майонез «Провансаль» (67%) под торговой маркой «Здрава» 26.07.2017 включен в Реестр объектов оценки соответствия, маркированный знаком национальной системы стандартизации, что подтверждает соответствие его всем действующим стандартам.

При рассмотрении дела установлено, что продукция Заявителя (майонез) изготовлена в соответствии с <...> «Майонезы и соусы майонезные» и соответствует требованиям ТР <...> «О безопасности пищевой продукции», <...> «Пищевая продукция в части ее маркировки», <...> «Технический регламент на масложировую продукцию», <...> «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств», что подтверждается декларацией Таможенного Союза № <...> от 23.11.2015, декларацией о соответствии Таможенного союза № <...> от 16.04.2015.

Таким образом, пищевые добавки, указанные в спорной рекламе и применяемые при производстве Заявителем майонеза «Провансаль», разрешены к применению, являются безопасными в соответствии с ГОСТом 31761-2012 «Майонезы и соусы майонезные» и ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки», ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию», ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств», следовательно, майонез «Здрава «Провансаль» является качественным, а пищевые добавки не наносят вреда здоровью и благополучию человека.

Доказательств обратного антимонопольным органом не установлено и заявителем не представлено.

Согласно разъяснений, содержащихся в [пункте 9](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при анализе информации, содержащейся в рекламе, необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся. При сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства. Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

В рассматриваемом случае, в спорной рекламе Ответчиком осуществлено некорректное сравнение, в том числе с производимым ОАО «Производственный холдинг «Здрава» товаром-майонезом «<...>».

В рекламной статье не содержится конкретных критериев, по которым Ответчиком осуществлялось сравнение, и которые имеют объективное подтверждение.

При рассмотрении дела Ответчик пояснил, что сравнение произведено по таким критериям: вкус и название «<...>».

Кроме рекламируемого майонеза «<...>» ОАО «ЭФКО» производятся также такие марки майонезов: «<...>» и «<...>», в состав которых входят пищевые добавки.

В ходе рассмотрения дела Комиссией установлено, что майонез «<...>» «<...>

Майонез «<...>» «Провансаль», 56%, имеет состав: <...>Вышеуказанные марки майонезов также имеют название «Провансаль», содержат консерванты, красители, ароматизаторы, но в спорной рекламе в таблице сравнений они отсутствуют.

Корректность сравнения предполагает точное, правильное, допустимое сопоставление рекламируемого товара с другими товарами, произведенными иными производителями или реализуемыми иными продавцами по схожим, аналогичным, сообразным признакам, качествам, характеристикам. Сравнение должно производиться по допустимым критериям, в пределах сопоставимых товаров, находящихся в гражданском обороте. Не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, искажающее представление о товаре и не позволяющее объективно оценить свойства рекламируемых товаров.

Следовательно, Ответчиком сравнение товаров должно быть проведено по сопоставимым критериям: а именно, либо майонезов, содержащих пищевые добавки, в том числе с включением в таблицу майонезов «<...>» «Провансаль», Майонез «<...>» «Провансаль», производимых ОАО «ЭФКО» и исключением из нее майонеза «<...>», либо майонезов, не содержащих пищевые добавки, таких как «<...>» и, например, «<...>» (состав: масло подсолнечное, вода, сахар, яичные продукты, соль, уксус, эфирное горчичное масло, натуральный бета-каротин (провитамин А), и соответственно, исключением из таблицы «<...>», поскольку такое сравнение было бы корректно, правильно.

В рассматриваемом случае, Ответчиком проводится сравнение наименований марок майонезов «Провансаль», различных производителей, в том числе Заявителя, в состав которых входят пищевые добавки, с товаром «<...>», не имеющим в своем составе пищевых добавок и консервантов, тем самым сравниваются товары по несопоставимым критериям, в части состава майонеза, что является некорректным сравнением.

Кроме того, составы майонезов с пищевыми добавками выделены в таблице жирным шрифтом, тем самым внимание потребителей привлечено к рекламируемому майонезу «Слобода Провансаль», который согласно составу, не имеет пищевых добавок, что свидетельствует о недобросовестном способе привлечения внимания к рекламируемому товару.

Использованное в статье сравнение имеет негативную окраску: фразы: *«для сравнения мы взяли пять пачек майонезов от разных производителей...в составе большей части торговых марок оказались консерванты, загустители, подсластители и пищевые красители...»*, *«..<...>»*, способствуют созданию негативного отношения к товарам конкурентов, принижая качественные характеристики товаров других хозяйствующих субъектов, в том числе конкурента- Заявителя.

Ответчиком не представлено документов, подтверждающих некачественное, ненатуральное, дешевое сырье, используемое при производстве майонеза «Здрава» «Провансаль» Заявителем.

Проанализировав содержание спорной информации, Комиссия пришла к выводу, что указанные выше формулировки содержат в себе неполное сравнение, основанное на несопоставимых, некорректных критериях (состав майонезов «Провансаль») - с пищевыми добавками и без них, не позволяющих объективно оценить свойства рекламируемого товара (майонеза).

Использование в рекламе сравнения товара с подобными товарами, находящимися в продаже, по определенным параметрам и утверждение, что собственный товар «<...>» по

сравнению с иными товарами и их производителями является лучшим, чем у конкурентов, путем применения несопоставимых критериев такого сравнения, является нетактичным и необъективным, не соответствующим добросовестным обычаям делового оборота в сфере производства и распространения рекламы, то есть некорректным сравнением собственной продукции, ее производителя с аналогичными товарами и организациями-конкурентами.

Таким образом, рекламная информация, размещенная в газете «Аргументы и факты» -Вятка» от 29.11.2017г. № 48 на 3 странице под заголовком: «Эксперимент: как выбрать майонез» следующего содержания: «Мы провели собственное исследование. <...>» является недобросовестной, так как содержит некорректное сравнение товара-майонеза «Слобода» «Провансаль», с товарами, производимыми другими производителями, в том числе, ОАО «Производственный холдинг «Здрава» (майонез «<...>»), что противоречит требованиям [пункта 1 части 2 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе».

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

Введение в заблуждение является актом недобросовестной конкуренции и представляет собой действия, направленные на формирование неверных представлений в отношении собственных товаров или товаров конкурента.

В рассматриваемом случае, сравниваются товары - майонезы «Провансаль» с абсолютно разными составами ( с пищевыми добавками и без них) с целью ввести потребителей в заблуждение, такое сравнение формирует у потребителей негативную оценку товара конкурента, побуждает отказаться от приобретения майонеза «Здрава Провансаль», содержащего якобы вредные для здоровья компоненты, в пользу объекта рекламирования - майонеза «<...>», в части указания фраз: «Для сравнения мы взяли пять пачек майонеза от разных производителей<...>».

Исследовав и оценив имеющиеся в деле доказательства, Комиссией установлено, что в спорной рекламе содержатся недобросовестные сведения: некорректное сравнение рекламируемого товара с товаром (майонез), производимым другими производителем- ОАО «Производственный холдинг «Здрава», которые могли бы повлиять на формирование у потребителей неправильного, искаженного мнения, ввести в заблуждение в отношении качества производимой ОАО «Производственный холдинг «Здрава» продукции- майонеза «<...>».

Таким образом, в рекламной информации, размещенной в газете «Аргументы и факты» -Вятка» от 29.11.2017г. № 48 на 3 странице под заголовком: «Эксперимент: как выбрать майонез» следующего содержания: «Мы провели собственное исследование. <...>», отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре (используются разные критерии сравнения), что вводит потребителей в заблуждение относительно качества рекламируемого товара, используемых ингредиентов, их вреда для здоровья, что может вводить потребителей в заблуждение, в части формирования негативной оценки товаров конкурента, и не соответствует требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Комиссией доводы Ответчика об отсутствии факта нарушения рекламного законодательства не могут быть приняты во внимание и опровергаются материалами дела.

Комиссией приняты во внимание результаты представленного ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» в материалы дела заключения <...>, мнение специалиста, представленное ОАО «Производственный холдинг «Здрава».

Лингвистическое экспертное исследование является заключением специалиста- эксперта, и не может в полной мере отражать восприятие потребителем, не являющимся

профессионалом лингвистом, спорной статьи.

Вопреки доводам Ответчика в спорной рекламе сравнение товаров необъективно, так как сравниваются товары с разными составами (с пищевыми добавками и без них).

Спорная статья является не констатацией факта, как указано в заключении лингвистического экспертного исследования, а содержит сравнение и оценку составов продуктов разных производителей, в том числе Заявителя, которое некорректно.

Таким образом, спорная реклама является недобросовестной, поскольку содержит некорректное сравнение рекламируемого товара майонеза торговой марки «<...>» с товарами иных производителей, в том числе с товаром ОАО «Производственный холдинг «Здрава» майонезом «<...>», не отвечающее критериям добросовестности и достоверности.

При прочтении статьи у покупателя может возникнуть желание отказаться от приобретения майонеза «Провансаль», содержащего указанные компоненты, в пользу майонеза «Провансаль» под торговой маркой «<...>», тем самым в глазах потребителей формируется негативная оценка аналогичного товара конкурента.

Вышеуказанная информация была вынесена на рассмотрение Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области. Согласно данным протокола заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области от 13.12.2017, члены Экспертного Совета единогласно пришли к мнению о том, что рассматриваемая статья носит рекламный характер. По мнению членов Экспертного Совета, рассматриваемая рекламная статья содержит некорректное сравнение, поскольку наряду с указанием конкретных марок в тексте статьи содержится информация о том, что «производители нередко заменяют качественное, дорогое сырье на дешевые, некачественные, ненатуральные, а порой и вредные добавки <...> употребление такого майонеза может грозить возникновением кожных заболеваний и расстройством пищеварительной системы, из-за чего кожа и волосы становятся жирными, появляются прыщи и угри, возникает аллергия и даже пищеварительные отравления. Кстати, в некоторых случаях, Е-добавки провоцируют развитие онкологических заболеваний <...> Мы видим, что большая часть производителей используют в качестве консервантов компоненты, которых могло бы и не быть в составе качественного майонеза». Таким образом, у потребителя создается впечатление о превосходстве рекламируемого товара перед конкурентами по характеристикам качества, полезности и его натуральности за счет негативной оценки качества и свойств товара (майонеза), производимого конкурентами. Членами Экспертного Совета также было отмечено, что рекламу можно считать недобросовестной, поскольку выраженное в тексте сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, произведенными другими изготовителями, некорректно и искажает представление потребителя о товаре (майонезе), произведенном конкурентами.

Данная позиция была озвучена с точки зрения восприятия рекламы в качестве потребителей и расценена как некорректная.

В состав Экспертного Совета при Кировском УФАС России входят представители органов местного самоуправления, научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики., соответственно их мнение можно принять в качестве надлежащего доказательства наличия в рекламе некорректного сравнения рекламируемого товара «<...>» с другими товарами.

Кроме того, в материалы дела Заявителем представлено мнение специалиста, кандидата филологических наук, доцента <...>, которое содержит выводы, противоположные выводам заключения <...>, которые согласуются с мнением членов Экспертного совета. Согласно выводам специалиста открыто в статьях не дается негативная оценка майонезов «Провансаль», но описание «плохого» состава у неких других производителей и разъяснение

высокого качества майонеза «Провансаль» под торговой маркой «<...>» неизбежно приводит читателя к выводу о том, что «<...>» – лучший, а остальные – хуже. Статья побуждает отказаться от приобретения майонеза «Провансаль», произведенного иными производителями, в пользу майонеза под торговой маркой «<...>».

Ответственность за нарушение п. 1 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» согласно ч. 6 ст. 38 Закона несет рекламодатель.

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: договора № 05/17 от 05.04.2017, счета на оплату № 20 от 08.12.2017, платежного поручения №1508 от 14.12.2017, а также устных и письменных пояснений следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является общество с ограниченной ответственностью «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад».

Исследовав материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является общество с ограниченной ответственностью «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад», которое несет ответственность за нарушение требований п. 1 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п.1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостовойной 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.

Факт нарушения п.1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» в спорной рекламе не нашел своего подтверждения.

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее - Правила).

Согласно пункту 44 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать обществу с ограниченной ответственностью «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» (ИНН 3122503751, ОГРН 1043106500601) предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере 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.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

Руководствуясь ст. 3, п.1 ч. 2 ст. 5, ч.7 ст. 5, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу по залоговком: «Эксперимент: как выбрать майонез» следующего содержания: «Мы провели собственное исследование.....<...>», размещенную в газете «Аргументы и факты» -Вятка» от 29.11.2017г. № 48 на 3 странице, так как она противоречит п. 1 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» (ИНН 3122503751, ОГРН 1043106500601) предписание о прекращении нарушения п. 1 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3. В отношении общества с ограниченной ответственностью «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» дело по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» прекратить в связи с неподтверждением в его действиях факта нарушения.

4. Производство по делу в отношении ООО «Первая газета плюс» (ИНН 4345398799, ОГРН 1144345024680) прекратить, в связи с неподтверждением в его действиях факта нарушения рекламного законодательства.

5. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении общества с ограниченной ответственностью «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» (ИНН 3122503751, ОГРН 1043106500601) и его должностного лица.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>