

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 18

о назначении административного наказания по делу № 027/04/14.3-568/2024

### об административном правонарушении

13 мая 2024 года  
Хабаровск

г.

Врио руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 06 мая 2024 года и материалы дела № 027/04/14.3-568/2024 об административном правонарушении, в отношении ООО «Успех» (ИНН 2721252505, место нахождения: 680000 г. Хабаровск, ул. Шеронова, д. 121, кв. 44) в связи с распространением ненадлежащей рекламы,

в присутствии генерального директора ООО «Успех» \* ,

### УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления наблюдения за распространением видеорекламы, размещенной на центральном мультимедийном табло основной ледовой площадки спортивно-зрелищного комплекса «Платинум Арена» (г. Хабаровск, ул. Дикопольцева, 12), отслежена следующая реклама:

Звуковая информация: *«Кафе «Макарон» ждёт вас на вкуснейшие завтраки с восьми утра и уютные вечера. **Здесь самые вкусные пирожные «Макарон» в городе.** Предъяви билет с матча и получи бесплатно пасту «Карбонару» при заказе от тысячи рублей».*

Визуальная информация: *«Внешний вид кафе «MACARON», внутренний вид кафе: зал, барная стойка с винами и крепкими алкогольными напитками, неоновая надпись на стене «Еда Вино и Всё равно», пирожные «Макарон» и другие блюда, акция – покажи билет – получи Карбонару».*

Визуальная информация сопровождается показом барной стойки, на

которой расположены алкогольные напитки, в том числе: виски *Auchentoshan American Oak* Шотландия (крепость 40%), вино красное сухое *G7 Cabernet Sauvignon* Чили (крепость 13,5%), вино красное сухое *Rutini Trumpeter Malbec* Аргентина (крепость 13%), вино красное сухое *El Paro Carmenere* Чили (крепость 13%), вино красное сухое *Quiet Life Shiraz* Австралия (крепость 13,5%), вино красное сухое *South Point Pinotage* ЮАР (крепость 13,5%).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «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.

Согласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с требованиями пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «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.

Содержащаяся в рекламе фраза: «Здесь самые вкусные пирожные «Макарон» в городе» содержит слово «самые», которое в соединении с прилагательным «вкусные» образует превосходную степень («Толковый словарь С.И. Ожегова», «Толковый словарь Д.Н. Ушакова»). Фраза «Здесь самые вкусные пирожные «Макарон» в городе» воспринимается буквально, при этом форма выражения рекламной информации исключает двусмысленность ее восприятия.

Использованная в рассматриваемой рекламе фраза «Здесь самые вкусные пирожные «Макарон» в городе», в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», направлена на выделение рекламируемого кафе, реализующего пирожные «Макарон» среди других таких кафе, магазинов. Данная фраза подчеркивает

превосходство кафе «MACARON», выгодно отличающее его от других. При этом использование слова «самые» в рекламе сообщает именно о преимуществах рекламируемого кафе и реализуемых им товаров.

ФЗ «О рекламе» не содержит прямого запрета на использование в рекламе терминов в превосходной степени, однако устанавливает требование о достоверности распространяемой рекламы, ориентирует на необходимость обеспечить ее соответствие реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также предусматривает ответственность за распространение недостоверной рекламы.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

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).

Таким образом, для утверждения о рекламируемом продавце, имеющем статус «самые вкусные пирожные в городе» перед другими продавцами необходимо наличие оснований, позволяющих судить о таком превосходстве, с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное

подтверждение.

Рассматриваемая реклама не содержит объективно подтвержденного критерия, по которому осуществляется сравнение и сделан вывод о том, что в кафе «MACARON» реализуется «самые вкусные пирожные «Макарон» в городе», то есть является недостоверной на основании пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

На основании части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 закона несет рекламодаделец.

Согласно информации, предоставленной Ассоциацией «Хоккейный клуб «Амур» (вх. № 4517-ЭП/24 от 21.03.2024), рекламодателем вышеназванной рекламы, лицом, в чьих интересах распространяется реклама, является ООО «Успех» (ИНН 2721252505, место нахождения: 680000 г. Хабаровск, ул. Шеронова, д. 121, кв. 44), в соответствии с договорами возмездного оказания услуг № 04-23/к от 01.02.2024, № 05-23/к от 01.03.2024, № 06-23/к от 11.03.2024.

Срок распространения рекламы – 14.02.2024, 18.02.2024, 05.03.2024, 07.03.2024, 11.03.2024.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

В ходе рассмотрения дела генеральный директор ООО «Успех» признал совершенное правонарушение.

Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание

В виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

В соответствии с частью 3.5 статьи 4.1, статьи 4.1.1 КоАП РФ административное наказание в виде предупреждения назначается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Административное правонарушение, совершенное ООО «Успех» не входит в перечень административных правонарушений, указанных в части 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ.

Ранее ООО «Успех» по статье 14.3 КоАП РФ к ответственности не привлекалось.

Кроме того, в совершенном ООО «Успех» правонарушении отсутствует причинение вреда или угроза причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угроза чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также отсутствует имущественный ущерб.

Учитывая наличие совокупности изложенных выше обстоятельств, руководствуясь частями 1, 2 статьи 3.5, частью 1 статьи 4.1.1, статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ,

### **ПОСТАНОВИЛА:**

Признать ООО «Успех» виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде

предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП РФ, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Врио руководителя управления