

- 
- 
- 

**по делу № 012/05/5-438/2019  
признании рекламы ненадлежащей**

19. сентября 2019 года  
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «06» сентября 2019 года

Полный текст решения изготовлен: «19» сентября 2019 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов власти Марийского УФАС России,

член Комиссии – специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов,

член Комиссии – специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов,

рассмотрев дело № 012/05/5-438/2019, возбужденное в отношении ООО «Агроторг» по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), по факту распространения рекламы торговой сети «Пятёрочка» на телеканале «ТВ Центр», в отсутствие представителей лиц, участвующих в деле, надлежащим образом извещенных о дате, времени, месте рассмотрения дела,

**УСТАНОВИЛА:**

Марийским УФАС России при осуществлении мониторинга рекламы установлен факт распространения (03.07.2019) рекламы магазина «Пятёрочка» с использованием формулировки «Лучший сетевой магазин России 2018-2019 Продукты питания» на телеканале «ТВ Центр», в которой содержатся признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о

рекламе.

Марийское УФАС России письмом от 16.07.2019 направило фрагмент эфира телеканала «ТВ Центр» с рассматриваемой рекламой в ФАС России.

Письмом от 24.07.2019 №АК/63813/19 ФАС России в соответствии с пунктом 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел по признакам нарушения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, наделило Марийское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении ООО «Агроторг» по факту распространения рассматриваемой рекламы.

Определением от 19.08.2019 возбуждено дело № 012/05/5-438/2019 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе по факту распространения рассматриваемой рекламы в отношении ООО «Агроторг», в качестве заинтересованного лица к участию в деле привлечено АО «ТВ Центр».

ООО «Агроторг» на заседании Комиссии не явилось, представило ходатайство об отложении рассмотрения дела, а также письменные пояснения.

Так, из пояснений ООО «Агроторг» от 03.09.2019 № 100/10098 следует, что общество не признает в своих действиях признаки нарушения законодательства о рекламе. Общество сообщило, что является рекламодателем рассматриваемой рекламы, макет рекламного ролика был разработан креативным агентством ООО «Группа Компаний ТДИ», после чего он был передан ООО «Платина» для интеграции актуальных товаров и ценовых предложений в ролик. Утверждался указанный ролик коллегиально внутри Департамента маркетинга торговой сети «Пятерочка» (ООО «Агроторг»).

Заказ на изготовление и размещение рекламы был сделан путем направления заявки по электронной почте, а также посредством телефонной связи. Объектом рекламирования является продукция, реализуемая по указанным в рекламе ценам в торговых объектах сети «Пятерочка», а целью размещения рекламы является привлечение внимания потребителей к промо-акциям, проводимым в торговой сети.

Кроме того, ООО «Агроторг» пояснило, что организатор премии Q&A (Printerweg 22, 3821 AD Amersfoort, Netherlands) – одна из ведущих в Европе компаний, занимающаяся исследованиями, консалтингом и обучением ритейлеров и управляющих компаний торговыми центрами, партнер европейских ритейлеров. Формулировка «Лучший сетевой магазин России 2018-2019 Продукты питания» является подтверждением факта получения

торговой сетью «Пятерочка» от организатора Q&A премии в одноименной номинации, победитель которой определен на основе результатов одного из крупнейших опросов потребительской оценки магазинов в Европе. Голосование на премию общественного мнения и Webshop Awards Russia проходило онлайн.

Кроме того, общество полагает, что рассматриваемая сноска является читаемой. Так, сноска-примечание, размещенная внизу полосы, выполняется шрифтом пониженного кегля по сравнению с основным. Размещение сноски и сравнительного критерия шрифтом, аналогичным основному рекламному слогану, нивелировало бы суть сноски и помешало бы восприятию самой рекламы. Общество считает, что взрослому человеку, являющемуся потребителем данной рекламы достаточно времени для восприятия сноски в течение транслируемого времени.

Письмом от 27.08.2019 № 04/110/2345 АО «ТВ Центр» сообщило, что рассматриваемая реклама размещалась на основании агентского договора № 2016/210/1120 (№ НРА-78/1216-2) от 05.12.2016, в соответствии с которым агент (ООО «Национальный рекламный альянс») обязуется за вознаграждение совершать по поручению принципала (АО «ТВ Центр») юридические и иные действия от своего имени, но в интересах и за счет принципала по реализации заказчиком услуг по размещению рекламы (п. 2.1 указанного договора). На основании изложенного, АО «ТВ Центр» признает себя рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев ходатайство ООО «Агроторг» об отложении рассмотрения дела в связи с невозможностью предоставления документов, отказывает в удовлетворении данного ходатайства в связи с тем, что обществом представлены сведения о порядке согласования и размещения рекламы, что является достаточным для рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе в настоящее время.

Антимонопольный орган, исследовав представленные в материалы дела документы и пояснения, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при размещении рассматриваемой рекламы ввиду следующего.

В соответствии со статьей 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена на телеканале «ТВ Центр», адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Под объектом рекламирования понимают товар, средства

индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования является магазин «Пятерочка», а также товары, реализуемые в магазине.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 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.

Согласно пункту 29 Постановления, 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.

В рассматриваемой рекламе используется утверждение «Лучший сетевой магазин России 2018-2019 Продукты питания», следовательно, в рассматриваемой рекламе при использовании сравнительной характеристики объекта рекламирования должно производиться указание конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В сноске под знаком «звездочка» указано: «По опросу потребителей, проведенному организатором премии Q&A (Кью энд Эй)». Вместе с тем, указанная сноска появляется продолжительностью менее 3 секунд, произведена мелким шрифтом, что значительно затрудняет ее для восприятия потребителем, делая необходимую в силу рекламного законодательства отметку фактически не воспринимаемой потребителем, что в рассматриваемом случае воспринимается как отсутствие обоснования подтверждения в данной рекламе.

При этом, указание в сноске «По опросу потребителей, проведенному организатором премии Q&A (Кью энд Эй)» не может являться надлежащим указанием на объективность утверждения, поскольку не указан сам критерий, по которому сравнивались сетевые магазины в категории «Продукты питания». Кроме того, данная сноска отражалась в рекламе незначительное время.

*Всё это привело к тому, что у потребителей отсутствовала фактическая возможность ознакомиться с данным критерием и установить обоснованность вышеуказанной информации.*

Таким образом, в рассматриваемой рекламе отсутствует сам критерий сравнения, на основании которого магазины «Пятерочка» признаны лучшими сетевыми магазинами, что нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пунктам 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Из материалов дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на телеканале «ТВ Центр» от имени и в интересах торговой сети «Пятёрочка» (ООО «Агроторг»), следовательно, АО «ТВ Центр» является рекламораспространителем, а ООО «Агроторг» - рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В настоящий момент доказательства, свидетельствующие о прекращении ООО «Агроторг» нарушения законодательства о рекламе, в материалах дела отсутствуют.

Руководствуясь [частью 2 пункта 1 статьи 33](#), [частью 1 статьи 36](#) Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с [пунктами 37 - 42](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по

признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,  
Комиссия

### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу торговой сети «Пятерочка» с использованием формулировки «Лучший сетевой магазин России 2018-2019 Продукты питания», распространенную на телеканале «ТВ Центр», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Агроторг» (юридический адрес: пр. Невский, д. 90/92, г. Санкт-Петербург, 191025, ИНН 7825706086, ОГРН: 1027809237796) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии

Члены Комиссии