

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Никуйко Ирина Борисовна – заместитель руководителя Управления;

член Комиссии – Алимova Елена Владимировна – заместитель начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы;

член Комиссии – Власова Екатерина Александровна – ведущий специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 17-03-5-02/474, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившегося в распространении недостоверной рекламы гамбургеров «Вестерн Гурмэ» из серии «ГУРМЭ», реализуемых в ресторанах «Макдоналдс»,

с участием представителя ООО «Макдоналдс» - Гугукиной О.А. (доверенность № 16/29-К-ООО от 01.10.2016) и представителя СМИ («Российская газета»),

в отсутствие – представителей ООО «Н-Медиа», ООО «Леон Трейдинг», ООО «РЕСУРС», а также заявителя,

УСТАНОВИЛА:

В Волгоградское УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 5641 от 16.06.2017) с жалобой на нарушение рекламного законодательства в рекламе гамбургеров «Вестерн Гурмэ» ООО «Макдоналдс». В частности, заявитель указал, что 16.06.2017 он приобрел в ООО «Макдоналдс» (по адресу: г.Волжский, ул.Мира, д.53е) гамбургер «Вестерн Гурмэ», обратив на него внимание из-за рекламы данного продукта в помещении ресторана (фото кассового чека приложена к заявлению). К заявлению также приложены фотографии реального приобретенного гамбургера «Вестерн Гурмэ». Заявитель указал, что обратился с устной претензией к сотруднику ООО «Макдоналдс», который ему пояснил, что изображение гамбургера не должно соответствовать реальному гамбургеру и показывает лишь, какие продукты в нем используются, а количество может не совпадать. Заявитель считает, реклама гамбургера «Вестерн Гурмэ» нарушает требования ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), так как содержит недостоверную информацию и вводит

потребителей в заблуждение.

В ходе рассмотрения заявления служащими Волгоградского УФАС России был проведен мониторинг наружной рекламы (акт от 20.06.2017 № 285-Р), который подтвердил распространение аналогичной указанной в заявлении рекламы также на территории г.Волгограда. При этом в распространяемой рекламе отсутствуют какие-либо указания на то, что блюдо при его подаче может отличаться от его изображения в рекламе или на то что, изображение бургера в рекламе содержит информацию исключительно об используемых в нем ингредиентах. На рекламных конструкциях указан рекламодатель – ДРИМ с указанием номера телефона – 25-22-22. Также при посещении ресторана «Макдональдс» по адресу: г. Волгоград, ул. Пархоменко, 57к были куплены два гамбургера – «Вестерн Гурмэ» и «Гриль Гурмэ» (докладная записка от 06.07.2017 с приложением фотографий гамбургеров), внешний вид которых также имеет существенное отличие от изображения в рекламе.

При проведении осмотра официального интернет-сайта ООО «Макдоналдс» (акт осмотра от 20.06.2017 № 285-1 Р) в разделе «Качество / Ваши вопросы» был обнаружен вопрос физического лица: Как должен выглядеть гамбургер «Вестерн Гурмэ»? (адрес страницы в сети Интернет <https://ask.mcdonalds.ru/question/17032>), на сайте размещен ответ: «Прикрепляем фотоответ на ваш вопрос! Сразу отметим *на фотографиях сэндвичи могут выглядеть немного иначе, чем в действительности. Дело в том, что для рекламной съемки каждое блюдо собирают специально – так, чтобы на фотографии были видны все его ингредиенты.* Но состав абсолютно такой же! Поэтому «Вэстерн Гурмэ» (и на картинке и на подносе) - это булочка бриошь, лук, маринованный огурчик и перчик халапенью, пряный томатный соус и сочная говяжья котлета с добавлением свинины. Приятного аппетита» (прикреплено фото, аналогичное изображению в рекламе «Вэстерн Гурмэ»). В ходе рассмотрения заявления Волгоградским УФАС России при анализе данных в сети Интернет, а также путем направления запроса рекламодателю – ООО «Рекламная группа «ДРИМ» (исх. № 02-16/4044 от 30.06.2017) было выявлено, что законным правопреемником ООО «Рекламная группа «ДРИМ» является ООО «РЕСУРС». Между ООО «РЕСУРС» и ООО «Леон Трейдинг» заключен субагентский договор (см. ответ на запрос вх. № 6266 от 05.07.2017), согласно которому ООО «Леон Трейдинг» заключает договоры на изготовление, размещение рекламных плакатов рекламодателей на рекламных конструкциях и иные действия, предусмотренные договором. Рекламодателями спорной рекламы является ООО «Н-Медиа» (ОГРН 5157746035068 ИНН/КПП 7718283580/771801001 юридический адрес: 107061, г. Москва, ул. Хромова, д. 20) - см. договор № 4185 об оказании услуг от 01.01.2016, и ООО «Макдоналдс» (ОГРН 1027700251754, ИНН/КПП 7710044140/770501001, адрес: 115054, г. Москва, ул. Валовая, д. 26).

Согласно п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается

реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В силу ч. 7 ст. 5 Закона 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.

В ходе рассмотрения заявления установлено, что рассматриваемая реклама «Вестерн Гурмэ» с изображением гамбургеров содержит признаки нарушения п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, так как изображение гамбургеров в рекламе не соответствует действительности (реализуемым в ресторанах гамбургерам), а также [ч. 7 ст. 5](#) Закона о рекламе, поскольку не содержит указания на то, что блюдо при его подаче может отличаться от его изображения в рекламе, а также о том, что изображение блюда предназначено для представления ингредиентов.

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила) предусмотрено, что в случае если до возбуждения дела или в ходе его рассмотрения будет установлено, что реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, распространяется на территории, подведомственной двум и более территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, выявивший такое нарушение территориальный орган Федеральной антимонопольной службы передает материалы, свидетельствующие о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, или дело в территориальный орган Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, либо ходатайствует перед Федеральной антимонопольной службой о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела (п.5 Правил).

Федеральная антимонопольная служба вправе поручить своему территориальному органу возбудить и (или) рассмотреть возбужденное дело по ходатайству своего территориального органа или по собственной инициативе независимо от места нахождения (места жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, или места распространения рекламы (п.6 Правил).

В рассматриваемом случае место нахождения ООО «Макдоналдс» - лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, в соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ: 115054, г. Москва, ул. Валовая, д. 26.

Рассматриваемая реклама распространялась на территории, подведомственной нескольким территориальным органам ФАС России, о чем свидетельствуют ответы территориальных органов ФАС России. По данному факту дела о нарушении рекламного законодательства территориальными органами ФАС России не возбуждались.

В связи с изложенным, на основании п. 5 Правил, Волгоградское УФАС России направило ходатайство (письмо исх. №02-13/4481 от 17.07.2017) в ФАС России о наделении Управления полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушений законодательства о рекламе (п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе), в том числе в отношении ООО «Макдоналдс».

Письмом от 27.07.2017 №АК/51337/17 (вх. №7423 от 07.08.2017) на основании п. 6 Правил Федеральная антимонопольная служба России наделила Волгоградское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела, в том числе в отношении ООО «Макдональдс».

Определением от 16 августа 2017 года Волгоградским УФАС России в отношении ООО «Макдоналдс» и ООО «Н-Медиа» было возбуждено производство по делу № 17-03-5-02/474 по признакам нарушения п. 2 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

К заседанию Комиссии 19.09.2017г. ООО «Макдоналдс», ООО «Н-Медиа» были представлены письменные пояснения, а также другая информация, запрошенная в определении о возбуждении дела. На заседание Комиссии представители лиц, в отношении которых возбуждено дело, не явились, надлежаще уведомлены (ООО «Н-Медиа» получило 28.08.2017, ООО «Макдоналдс» - 30.08.2017 согласно сведениям с официального сайта Почта России). ООО «Н-Медиа» ходатайствовало о рассмотрении дела в отсутствие Общества.

ООО «Н-Медиа» представило письменные объяснения, в которых указало, что ООО «Н-Медиа» является рекламным агентством, целью деятельности которого является оказание клиентам рекламных услуг по размещению рекламы в средствах массовой информации и на иных рекламных носителях, привлекая третьих лиц для оказания услуг, при этом непосредственно ООО «Н-Медиа» не является ни рекламодателем, ни рекламораспространителем. Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Макдоналдс», заказчиком рекламы является – ООО «ОМД Эвиденс» в соответствии с представленным договором № 28/12/16-2-EV от 28.12.2016. Также ООО «Н-Медиа» сообщило, что макет рекламы гамбургеров «Вестерн Гурмэ» был получен от заказчика в готовом виде по электронным средствам связи и был

передан без изменений рекламодателю (ООО «Леон Трейдинг») также по электронным средствам связи. Кроме письменных объяснений были представлены: регистрационные документы юридического лица, договор № 4185 оказания услуг от 01.01.2016 между ООО «Н-Медиа» и ООО «Леон Трейдинг» с приложениями, договор № 28/12/16-2-EV от 28.12.2016 между ООО «ОМД Эвиденс» и ООО «Н-Медиа» с приложениями, а также макет рассматриваемой рекламы.

ООО «Макдоналдс» в своих письменных объяснениях указало, что является рекламодателем рассматриваемой рекламы (см. вх. № 8798 от 15.09.2017). Реклама продукта «Вестерн Гурмэ» осуществлялась путем распространения на телевидении, на наружных рекламных конструкциях, в сети Интернет, на рекламных носителях на территории и в помещениях предприятий «Макдоналдс» и т.д. Распространение рекламы продолжается.

Также ООО «Макдоналдс» выразило свое несогласие с доводами Волгоградского УФАС России, указанными в определении о возбуждении дела. Так, ООО «Макдоналдс» считает, что абсолютно вся информация о составе (ингредиентах) «Вестерн Гурмэ», а равно и остальных значимых для потребителей характеристиках этого продукта, отраженная в рекламе, является достоверной. При приготовлении продуктов «Вестерн Гурмэ» и «Гриль Гурмэ» используются те же ингредиенты, которые указаны в рекламе, но их расположение подчиняется цели формирования продукта, удобного для употребления в пищу потребителем. Рассматриваемое рекламное изображение изготовлено для привлечения внимания потребителей к такому продукту и имеет своей целью предоставление потребителю наиболее полной информации об ингредиентах, входящих в состав продукта. Для этого в рекламе (на фотографии продукта) все ингредиенты продукта выкладываются последовательно («лесенкой») для создания правильного восприятия и улучшения визуализации как самого продукта в целом, так и всех входящих в продукт ингредиентов. По мнению ООО «Макдоналдс» потребитель не может быть введен в заблуждение данной рекламой.

Также ООО «Макдоналдс» представило копию договора № 01/01/17-NOV от 01.01.2017, макет рекламы, регистрационные документы юридического лица.

На заседании Комиссии 19.09.2017 присутствовал лично заявитель (личность удостоверена по паспорту).

Заявитель в устных пояснениях подтвердил и более подробно описал факты, указанные в заявлении. Так, он отметил, что во время обеденного перерыва, привлеченный ранее замеченной им наружной рекламой гамбургеров серии Гурмэ от Макдоналдс, он целенаправленно направился в ресторан «Макдоналдс» за гамбургером «Вестерн Гурмэ». Данный продукт привлек его внимание своим размером (большой, хватит насытиться) и аппетитностью (сочная котлета, достаточно много всех ингредиентов). Когда заявителю выдали заказанный им гамбургер «Вестерн Гурмэ», он отметил его явное

несоответствие изображению в рекламе – в 3-4 раза меньше по размеру (со слов заявителя), маленькая котлета, минимальное количество всех иных ингредиентов. Далее заявитель обратился к администратору, который, подойдя к столику, надел резиновые перчатки и разобрал гамбургер заявителя по частям. Администратор пояснил, что гамбургер не должен соответствовать изображению в рекламе, так как *реклама призвана лишь показать ингредиенты продукта*. Администратор также предложил вернуть деньги заявителю в связи с тем, что клиент остался недоволен, а не в связи с несоответствием гамбургера изображению в рекламе. Заявитель от такого возврата денег отказался и решил защитить свои права на достоверную рекламу, направив заявление в антимонопольный орган.

С целью оценки на предмет восприятия рекламы, рассматриваемой в данном деле, с точки зрения обычного потребителя, Комиссия посчитала необходимым вынести рассматриваемую рекламу на обсуждение Экспертного совета по применению рекламного законодательства при Волгоградском УФАС России (далее – Экспертный совет).

Состав и Положение об Экспертном совете размещены на официальном сайте Волгоградского УФАС России (<http://volgograd.fas.gov.ru/page/12242>).

В связи с вынесением рассматриваемой рекламы на обсуждение Экспертного совета и необходимостью получения дополнительной информации, принято решение об отложении рассмотрения дела на 06 октября 2017 года. Заседание Экспертного совета назначено на 03.10.2017 в 16:00, о возможности участия ООО «Макдоналдс» указано в определении об отложении дела, а также посредством телефонного уведомления.

03 октября 2017 года в Волгоградском УФАС России состоялось заседание Экспертного совета по применению рекламного законодательства при Волгоградском УФАС России с участием представителей ООО «Макдоналдс» - Столярова С.А., Гугукиной О.А. Среди прочих вопросов заседания для оценки восприятия экспертам была представлена реклама продукции Макдоналдс – гамбургера Вестерн Гурмэ из серии «ГУРМЭ». Экспертам на ознакомление были представлены цветные макеты рассматриваемой рекламы, а также продемонстрировано на экране компьютера фото рекламы на наружном рекламном щите.

Так же членам Экспертного совета розданы заранее подготовленные вопросы для голосования по обсуждаемой на данном заседании рекламе. В части вопроса 2 повестки заседания Экспертного совета: Оценка восприятия рекламы продукции Макдоналдс – гамбургера Вестерн Гурмэ из серии «ГУРМЭ» были подготовлены следующие вопросы экспертам с вариантами ответов:

1. Как Вы считаете, в данной рекламе потребитель обратит внимание на:
 - а) ингредиенты, входящие в состав бургера - есть ли в нем то, что любит потребитель;

- б) размер бургера, то есть насколько им можно наесться, утолить голод;
 - в) и на ингредиенты, и на размер бургера (важно и то, и другое)
 - г) затрудняюсь ответить
2. Как бы Вы лично оцениваете размер бургеров, представленных в рекламе:
- а) большие
 - б) маленькие
 - в) средние
 - г) затрудняюсь ответить

(ПАУЗА В ОПРОСЕ)

3) Считаете ли Вы рассматриваемую рекламу достоверной?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

После демонстрации макетов и фото спорной рекламы при ее обсуждении рекламы были высказаны следующие мнения.

Большинство членов Совета указали на то, что гамбургер, размещенный на рекламе, выглядит аппетитно, его хочется съесть.

Относительно того, на что потребитель обращает внимание, глядя на подобную рекламу, мнения разделились. Одни члены Совета указали на то, что для них важен состав гамбургера (его ингредиенты), другие на то, что объем гамбургера тоже немаловажен.

На голосование перед экспертами поставлено первые 2 вопроса:

1- На что, по Вашему мнению, обратит внимание потребитель при просмотре данной рекламы?

2- Как бы Вы лично оцениваете размер бургеров, представленных в рекламе?

Результаты голосования:

1 вопрос:

0 голосов – на ингредиенты, входящие в состав бургера;

0 голосов – на размер бургера;

8 голосов – и на ингредиенты, и на размер бургера;

0 голосов – затрудняюсь ответить.

2 вопрос:

3 голоса – большие;

0 голосов – маленькие;

5 голосов – средние;

0 голосов – затруднюсь ответить.

После голосования по первым двум вопросам на обозрение экспертам был представлен реальный свежий гамбургер «Вестерн Гурмэ» из серии «ГУРМЭ», купленный в ресторане «Макдоналдс».

При демонстрации продукции ООО «Макдоналдс» были высказаны следующие мнения.

Большинство экспертов отметили несоответствие данного гамбургера изображению в рекламе по его величине, а также то, что в рекламе данный продукт выглядит гораздо больше и несколько аппетитнее.

Некоторые члены Совета выразили мнение, что для них первостепенными являются вкусовые качества гамбургера, и, получив подобный гамбургер, если он понравился бы по вкусу, претензии по внешнему несоответствию отсутствовали бы. Также, один из экспертов отметил, что как правило, продукция ООО «Макдоналдс» в рекламе соответствует реальному продукту, в данном случае возможен технологический брак при изготовлении одного конкретного бургера.

Большая часть членов Совета категорично заявили о несоответствии реального продукта рекламируемому не только по размеру бургера в целом, но и по количеству (объему) использованных в нем ингредиентов.

Представитель ООО «Макдоналдс» Столяров С.А. пояснил, что *действительно есть различия между реальным гамбургером и рекламируемым гамбургером*, пояснил, что реклама направлена на ознакомление потребителей с ингредиентами, которые для фотографии *выкладываются «лесенкой»*. Представитель также отметил, что тот образец, что был представлен на обозрение экспертам, является *стандартным гамбургером «Вестерн Гурмэ», его вес составляет 265 грамм*.

На голосование экспертам поставлен 3 вопрос: Считают ли эксперты данную рекламу достоверной?

Результаты голосования по 3 вопросу:

0 голосов – да, достоверная;

6 голосов – нет, не достоверная;

2 голоса – затрудняюсь ответить.

По итогам голосования Экспертным советом принято решение:

- признать, что в представленной рекламе внимание потребителя обращается одновременно и на ингредиенты, и на размер гамбургера;

- размер бургера в рекламе оценен как средний;

- признать, что представленная реклама является недостоверной.

Протокол заседания Экспертного совета № 2 от 03.10.2017 размещен на официальном сайте Волгоградского УФАС России (<http://volgograd.fas.gov.ru/page/12242>).

На заседании Комиссии 06 октября 2017 года представитель ООО «Макдоналдс» О.А. Гугукина ознакомилась с протоколом Экспертного совета (№ 2 от 03.10.2017, а также представила черно-белую копию поэтапного описания съемочного процесса рекламы гамбургера «Вестерн Гурмэ», который состоит из трех этапов.

1 этап: Подготовительный к съемке – Определение формата/ракурса съемки и представления реального продукта.

- выгодные нижние и верхние ракурсы, дающие *визуально больший объем* реального продукта без фактического изменения реального продукта;

- съемка широкоугольным объективом: *визуально помогает достичь эффекта оптической иллюзии и создать художественный эффект несоответствия* между тем, что человек видит *невооруженным взглядом и полученным изображением (выделение курсивом – для решения)*

- выкладывание ингредиентов: согласно карте выкладывания и сборки сэндвича. Но с учетом с учетом художественной задачи: все ингредиенты хорошо видны, верхушка булочки немного смещена назад, чтобы продемонстрировать ингредиенты внутри.

- Для съемки заказ ингредиентов осуществляется через Рулог.

- Согласование с отделом контроля и качества Макдоналдс на предмет соответствия последовательности сборки и каждого отдельного этапа

2 этап: Съемка и выбор финального имиджа

- Съемка проведена, имиджи выбраны для последующей ретуши (фото гамбургеров)

3 этап: Ретушь (представлены фото до и после ретуши).

На последней странице Поэтапного описания представлено сравнение рекламного и реального имиджа (фото). Указано: цвет, форма, ингредиенты – те же самые. Только в условиях фотосъемки выставлен свет, *камера поставлена под правильным углом, булка сдвинута, а не ровно расположена*. Размер и соотношение пропорций соответствуют.

Дополнительно, представитель сообщил устно, что рекламная компания ООО «Макдоналдс» - единая по всей территории России. По несоответствию реального гамбургера «Вестерн Гурмэ» изображению в

рекламе жалоб в ООО «Макдоналдс» не поступало (в том числе в г. Волгоград).

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, а также оценив устные и письменные пояснения лиц, участвующих в деле, установила следующее.

В период с июня 2017 года до настоящего времени на территории присутствия ресторанов «Макдоналдс» распространяется реклама гамбургеров «серии Гурмэ», в том числе посредством наружных рекламных конструкций с изображениями конкретных товаров (гамбургеров), а также информации «ГУРМЭ...вестерн... гриль 24 часа... ул. Пархоменко 57» (фото рекламных конструкций и макетов рекламы в материалах дела).

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама – это 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.

Объект рекламирования - 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.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное *определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.*

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- информация распространена посредством размещения на наружных рекламных конструкциях, в сети Интернет, на рекламных конструкциях в месте продажи;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке. Объектом рекламирования выступают – гамбургеры из серии ГУРМЭ – Вестерн Гурмэ и Гриль Гурмэ, реализуемые ресторанами «Макдоналдс», а также сами рестораны «Макдоналдс».

Целью распространения рекламы является увеличение спроса на продукцию ООО «Макдоналдс» - гамбургеры из серии ГУРМЭ – Вестерн Гурмэ и Гриль Гурмэ.

ООО «Макдоналдс» является рекламодателем данной рекламы, определившем ее содержание, в том числе, используемые в рекламе образы, содержащие изображение конкретных товаров (гамбургеров).

Согласно п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о *любых характеристиках товара*, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В силу ч. 7 ст. 5 Закона 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.

Изображение в рекламе гамбургера из серии «ГУРМЭ» - «Вестерн Гурмэ» существенно отличается от внешнего вида реального товара, реализуемого в ресторанах «Макдоналдс». Данное изображение несет в себе информацию помимо сведений об использованных ингредиентах (все ингредиенты гамбургера хорошо видны), также информацию о величине гамбургера. Образ гамбургера, использованный в рекламе, воспринимается как гораздо больший, и имеющий больший объем ингредиентов, чем реальный реализуемый в ресторанах Макдоналдс гамбургер «Вестерн Гурмэ».

Данный факт отметил заявитель в своем заявлении и на заседании Комиссии, а также члены Экспертного совета. Представитель ООО «Макдоналдс» на заседании Экспертного совета тоже согласился с тем, что имеются различия между реальным продуктом и его изображением в рекламе. Данный факт не отрицает ООО «Макдоналдс» в своих объяснениях, данная позиция также отражена на сайте рекламодателя («на рекламных фотографиях сэндвичи могут выглядеть немного иначе, чем в действительности»).

Разъяснения порядка проведения съемки рекламы гамбургера «Вестерн Гурмэ», полученные в ходе дела от ООО «Макдоналдс», также подтверждают, что фотосъемка гамбургера «Вестерн Гурмэ» выполнялась с намерением визуально увеличить объем реального продукта (см. Поэтапное описание съемочного процесса рекламы гамбургера «Вестерн Гурмэ»: «... съемка широкоугольным объективом: визуально помогает достичь эффекта *оптической иллюзии* и создать *художественный эффект несоответствия* между тем, что человек видит *невооруженным взглядом* и полученным изображением.... камера поставлена под правильным углом, булка сдвинута, а не ровно расположена»).

Величина гамбургера является важной характеристикой для потребителя о данном продукте питания, так как по размеру гамбургера потребитель определяет для себя на сколько данным продуктом возможно утолить голод и насытиться. На данный факт указывает заявитель, который, обратив внимание на изображение гамбургера в рекламе, решил, что данный продукт удовлетворит его потребность в еде и насытит во время обеденного перерыва.

Опрос членов Экспертного совета показал, что восприятие потребителем рассматриваемой в деле рекламы концентрируется прежде всего как на ингредиентах, входящих в состав гамбургера, так и на его размере.

Объяснения рекламодателя ООО «Макдоналдс» основаны на том, что использованное в рекламе изображение гамбургера «Вестерн Гурмэ» направлено исключительно на *ознакомление потребителей с ингредиентами (именно для этого выбирается специальный способ выкладки продуктов «лесенкой»)*. Вместе с тем, информация о том, что блюдо при его подаче может отличаться от его изображения в рекламе и что, изображение бургера в рекламе содержит информацию исключительно об используемых в нем ингредиентах не доведена до потребителей в рекламе.

Между тем данная информация, является существенной для потребителей информацией о товаре и в ее отсутствие искажается смысл рекламы (потребители ошибочно воспринимают размер и объемное наполнение гамбургера ингредиентами) и вводятся в заблуждение.

Как указано в п.28 Постановления Пленума ВАС РФ 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 к рекламе.

Оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Краткость содержания рекламы допустима, но при условии, что реклама не создает иллюзий о рекламируемом товаре (услуге) в целях привлечения интереса потребителей. Как установлено в данном деле, выбор способа съемки гамбургера для представления в рекламе намеренно нацелен на иллюзию потребителя - «...съемка широкоугольным объективом: визуально помогает достичь эффекта *оптической иллюзии* и создать *художественный эффект несоответствия* между тем, что человек видит *невооруженным взглядом* и *полученным изображением*.... камера поставлена под *правильным углом*, булка *сдвинута*, а не ровно расположена»).

Потребитель при выборе товара посредством восприятия рекламы делает свой выбор исходя из самой запоминающейся, самой понятной и самой в его

понимании необходимой информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы и образы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель, не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

Существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Отсутствие в рекламе существенной части информации о товаре, условиях его приобретения или использования приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром или видом услуг.

Последовательная демонстрация изображения гамбургера в рекламе и реального гамбургера членам Экспертного совета по рекламе при Волгоградском УФАС России позволила Экспертному совету прийти к выводу о недостоверности рекламы в части размера гамбургера.

Члены Комиссии сопоставив изображения гамбургера «Вестерн Гурмэ» рекламе и всех, имеющихся в материалах дела, фото реального бургера (фото заявителя, фото к докладной записке Управления от 06.07.2017, фото-сравнение рекламного и реального имиджа на последней странице Поэтапного описания съемочного процесса рекламы гамбургера «Вестерн Гурмэ», представленного в материалы дела ООО «Макдоналдс») приходят к выводу о существенном и очевидном отличии в восприятии изображений гамбургера в виду выбора метода съемки. Именно ввиду использования специфической технологии съемки полученное изображение гамбургера вводит потребителей в заблуждение относительно размера и объема наполнения гамбургера.

У потребителя создается впечатление, что ингредиенты, которые видны на фотографии в рекламе (лук, маринованный огурец и перец халапенью, пряный томатный соус) заполняют всю поверхность среза булки и котлеты и, соответственно, гамбургер в рекламе визуально воспринимается как гораздо более объемный и наполненный, чем это есть в действительности.

При этом информация о том, что изображение гамбургера в рекламе не соответствует реальному товару и несет информацию только об ингредиентах гамбургера в рекламе отсутствует.

В части 7 статьи 5 Закона о рекламе запрещается умалчивать в рекламе информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования, а значит, изменило бы и решение потребителя: купить рекламируемый товар или нет

В виду изложенного, Комиссия приходит к выводу, что в рассматриваемой рекламе гамбургеров из серии «ГУРМЭ» - «Вестерн Гурмэ», реализуемых ООО «Макдоналдс», отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, а именно о том, что изображение гамбургера в рекламе не соответствует реальному товару и несет информацию только об

ингредиентах гамбургера, что искажает смысл рекламы и вводит потребителя в заблуждение, а также делает недостоверным (не соответствующим действительности) изображение гамбургера «Вестерн Гурмэ» в рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, рассматриваемая в данном деле реклама является ненадлежащей, поскольку нарушает п. 2 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение п. 2 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе несёт рекламодатель в соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе.

Пунктом 5 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Материалами дела подтверждается, что рекламодателем в рассматриваемом случае является ООО «Макдоналдс» (ОГРН 1027700251754 ИНН/КПП 7710044140/770501001 адрес регистрации юр. лица: 115054, г. Москва, ул. Валовая, д. 26).

Установлено, что ООО «Н-Медиа» не являлось рекламодателем данной рекламы. Таким образом, в ходе дела не подтвердились признаки нарушения рекламного законодательства в действиях ООО «Н-Медиа».

Нарушение рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе в силу ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

ООО «Макдоналдс» в ходе рассмотрения дела не подтвердило устранение нарушения, в связи с чем Комиссия Волгоградского УФАС России усматривает основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу гамбургеров «Вестерн Гурмэ» из серии «ГУРМЭ», реализуемых в ресторанах «Макдоналдс», ненадлежащей, нарушающей

требования п. 2 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Макдоналдс» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Макдоналдс» (ОГРН 1027700251754 ИНН/КПП 7710044140/770501001 адрес регистрации юр. лица: 115054, г. Москва, ул. Валовая, д. 26).

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