

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 29-06.04.2022
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Калининградской области

Запрос рассмотрен 8 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 06.04.2022 — 14.04.2022.

Описание рекламного продукта

Рекламная информация с текстом следующего содержания: "DOLGOVGROUP HOLDING COMPANY , Салями "Янтарная" роминта, 400г 199-90 руб., 1-31 марта 2022г, ЛУЧШИЙ ПРОДУКТ" и изображением колбас на разделочной доске.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления Федеральной антимонопольной службы по Калининградской области (далее - УФАС), где в порядке надзора за соблюдением требований рекламного законодательства выявлен факт размещения вышеуказанной рекламной информации в г. Калининграде.

УФАС просит дать оценку рассматриваемой рекламной информации на предмет наличия/отсутствия нарушений Закона "О рекламе".

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Является ли данная информация рекламой?

Эксперты единогласно ответили ДА.

Вопрос № 2. Соответствует ли выражение "ЛУЧШИЙ ПРОДУКТ" требованиям Закона о рекламе?

Мнения экспертов разделились (**50% голосов ЗА, 50% голосов ПРОТИВ**).

Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламной информации нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты большинством голосов ответили **НЕТ**, лишь 3 эксперта ответили **ДА** (37,5%).

Вопрос № 4. Имеются ли в данной рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов ответили **НЕТ**, лишь 3 эксперта ответили **ДА** (37,5%).

Мнения экспертов по вопросу: «Соответствует ли выражение "ЛУЧШИЙ ПРОДУКТ" требованиям Закона о рекламе?» разделились.

Часть экспертов высказали точку зрения о том, что в данной рекламе есть нарушения:

В соответствии с пунктом 29 постановления пленума Высшего арбитражного суда РФ 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 путём употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Если документального подтверждения информации "лучший продукт" нет, то это нарушение ч.2 п.1 ст.5 закона о рекламе (недобросовестность); если документ есть, но в макете нет ссылки на источник информации - ч.7 ст.5 (отсутствие части существенной информации о товаре)

Однако остальные эксперты (50% экспертного состава) из-за неполного предоставления информации (изображения) не смогли принять полноценного решения.

Учитывая презумпцию невиновности, действующую в административном праве: отсутствие содержания значительной части рекламного макета предполагать отсутствие нарушения.

Особое мнение

От одного эксперта поступило особое мнение о том, что заявителем, возможно, сознательно представлена неполная информация и сам факт обращения есть попытка недобросовестной конкуренции:

- на фотографии скрыта 1/4 рекламного баннера, где может размещаться существенная информация;
- на баннере видна часть изображения, похожая на какую-то награду, что может подтверждать факт того, что данный продукт действительно является лучшим.

Решение

1. Признать данную информацию рекламой.
2. При наличии у рекламодателя подтверждения победы в конкурсе «На лучший продукт», признать отсутствие нарушений в наружной рекламе.
3. В случае отсутствия подтверждения победы в конкурсе «На лучший продукт», признать в данной рекламе нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
4. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

