

**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.

