



Республика Беларусь

Министерство антимонопольного регулирования
и торговли Республики Беларусь



НЕНАДЛЕЖАЩАЯ РЕКЛАМА ТОРГОВОЙ СЕТИ

ХIII МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО
КОНКУРЕНТНОЙ ПОЛИТИКЕ «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ
КОНКУРЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ ПРЕСЕЧЕНИЯ
НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ И НЕНАДЛЕЖАЩЕЙ РЕКЛАМЫ»

15 июня 2023 г.

Гаврильчик Инна Анатольевна,
начальник управления защиты
прав потребителей
и контроля за рекламой

Перечень нарушенных норм



- Согласно **части второй пункта 7 статьи 10** Закона Республики Беларусь «О рекламе» (далее – Закон) указанные в рекламе **сноски**, уточняющие содержащуюся в рекламе информацию, номера телефонов, доменное имя сайта, номер и дата выпуска печатного средства массовой информации, содержащего информацию об объекте рекламирования, выполняются четкими буквами и **шрифтом, размер которого не должен быть менее половины наибольшего размера шрифта, используемого в рекламе**. Такая информация в рекламе на телевидении и мультимедийной рекламе должна занимать не менее пяти секунд, при длительности указанной рекламы менее пяти секунд - размещаться (распространяться) на протяжении всего времени рекламы, а в рекламе на радио - озвучиваться.
- Согласно **абзацу девятому пункта 1 статьи 26** Закона недобросовестной является реклама, содержащая **ложные и иные недостоверные сведения о товаре** (работе, услуге), виде деятельности рекламодателя, распространение которых может привести к нарушению или нарушает права и охраняемые законом интересы организации или гражданина, в том числе в отношении использования слов в превосходной степени или иных слов, создающих впечатление о преимуществе товара перед другими товарами, если их невозможно подтвердить документально.
- Согласно **абзацу восьмому пункта 3 статьи 26** Закона неэтичной является реклама, которая **содержит сравнение рекламируемого товара с товаром другой организации или другого гражданина**.
- Согласно **абзацу девятому пункта 3 статьи 26** Закона неэтичной является реклама, которая **вводит потребителей рекламы в заблуждение**.

Информация о нарушении

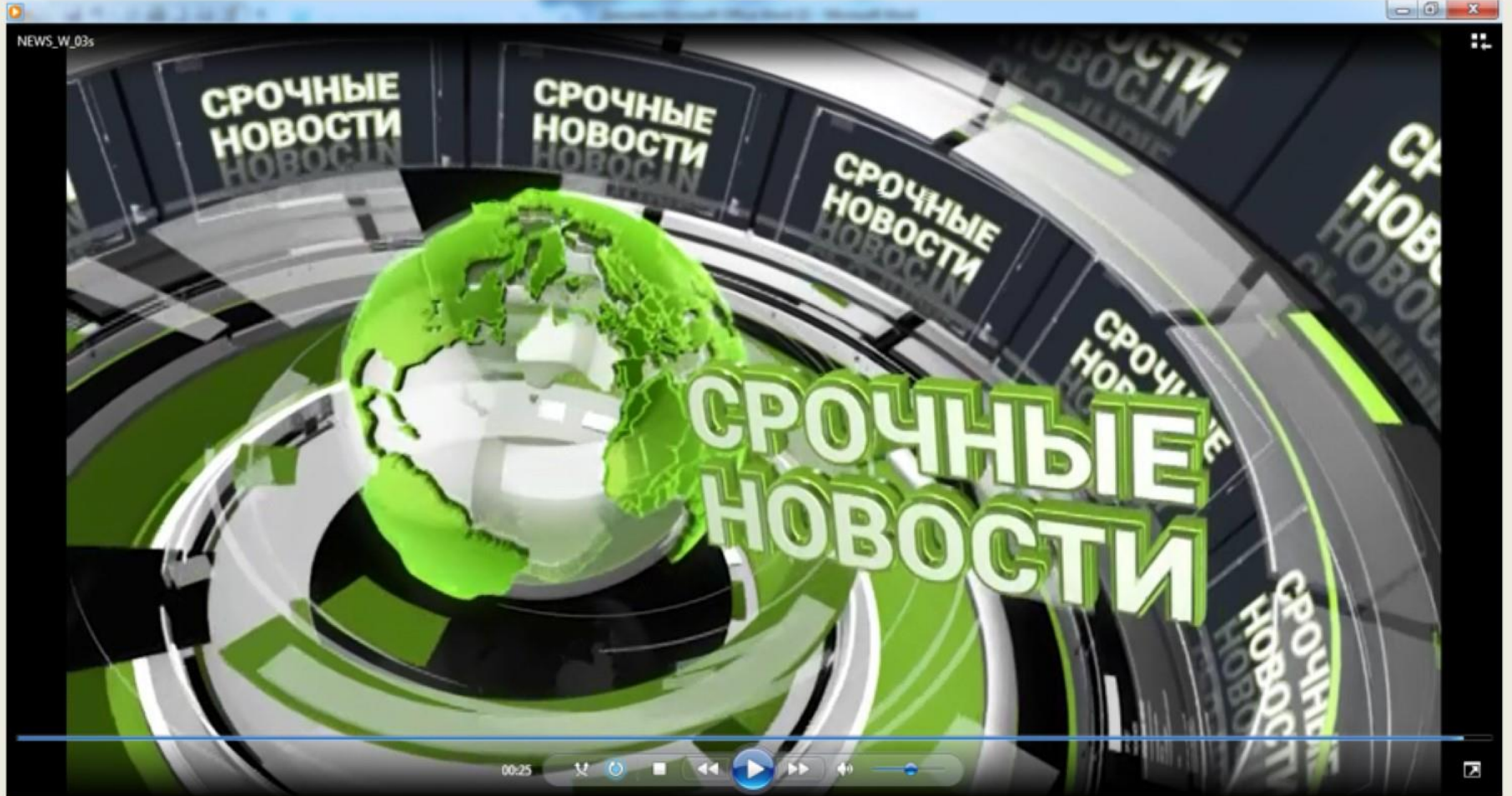


МАРТ установлено размещение (распространение) с 18.05.2020 по 13.06.2020 ООО «Евроторг» на телеканалах ОНТ, РТР-Беларусь, НТВ, Беларусь 1, Беларусь 2, Беларусь 3, СТБ и МИР рекламы, содержащей следующую информацию:

аудиоинформацию: «А теперь важная новость о том, как сэкономить семейный бюджет. По данным независимого сервиса мониторинга цен, в гипермаркетах «Евроопт» цены в среднем на 21 % ниже, чем в других гипермаркетах города Минска. Покупайте и экономьте с «Евроопт»;

текстовую информацию: «Срочные новости... ведущая новостей Марина Мороз... На 21 % дешевле!!! Цены в гипермаркетах «Евроопт» ниже в среднем на 21 %, чем в других гипермаркетах Минска... *на ассортимент товаров, анализируемый inforprice.by из представленных в нем магазинов, на 11.05.2020. «Евроопт» (выбранная сеть для сравнения цен)... Магазин 2 +24.4%. Магазин 3 +21,7%. Магазин 4 + 23%. Магазин 5 +22,6%. Магазин 6 +23.5%».

Начало рекламы



Уточняющие сноски в рекламе



Согласно части второй пункта 7 статьи 10 Закона указанные в рекламе **сноски, уточняющие содержащуюся в рекламе информацию**, номера телефонов, доменное имя сайта, номер и дата выпуска печатного средства массовой информации, содержащего информацию об объекте рекламирования, выполняются четкими буквами и **шрифтом, размер которого не должен быть менее половины наибольшего размера шрифта, используемого в рекламе**. Такая информация в рекламе на телевидении и мультимедийной рекламе должна занимать не менее пяти секунд, при длительности указанной рекламы менее пяти секунд – размещаться (распространяться) на протяжении всего времени рекламы, а в рекламе на радио - озвучиваться.

Уточняющие сноски в рекламе



Текстовая информация «*на ассортимент товаров, анализируемый inforprice.by из представленных в нем магазинов, на 11.05.2020» является сноской, уточняющей содержащуюся в рекламе информацию.

Однако, в нарушение указанного требования приведенная сноска выполнена шрифтом, размер которого менее половины наибольшего размера шрифта, используемого в рекламе (наибольшим размером шрифта в рассматриваемой рекламе является размер шрифта, которым выполнены слова «Срочные новости» – размер шрифта сноски составляет 10 % от размера шрифта «Срочные новости».

Евроопт	Магазин 2	Магазин 3	Магазин 4	Магазин 5	Магазин 6
Выбранная сеть для сравнения цен	+24.4%	+21.7%	+23.0%	+22.6%	+23.5%

НА 21% ДЕШЕВЛЕ!!!
ЦЕНЫ В ГИПЕРМАРКЕТАХ «ЕВРООПТ» НИЖЕ В СРЕДНЕМ НА 21%, ЧЕМ В ДРУГИХ ГИПЕРМАРКЕТАХ МИНСКА.

*НА АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ, АНАЛИЗИРУЕМЫЙ INFORPRICE.BY ИЗ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В НЕМ МАГАЗИНОВ, НА 11.05.2020.

EVROOPT.BY

Уточняющие сноски в рекламе



Текстовая информация «*на ассортимент товаров, анализируемый infoprise.by из представленных в нем магазинов, на 11.05.2020» является сноской, уточняющей содержащуюся в рекламе информацию.

Однако, в нарушение указанного требования приведенная сноска выполнена шрифтом, размер которого **менее половины наибольшего размера шрифта, используемого в рекламе** (наибольшим размером шрифта в рассматриваемой рекламе является размер шрифта, которым выполнены слова «Срочные новости» – размер шрифта сноски составляет 10 % от размера шрифта «Срочные новости».



Уточняющие сноски в рекламе



Текстовая информация «*на ассортимент товаров, анализируемый inforprice.by из представленных в нем магазинов, на 11.05.2020» является сноской, уточняющей содержащуюся в рекламе информацию.

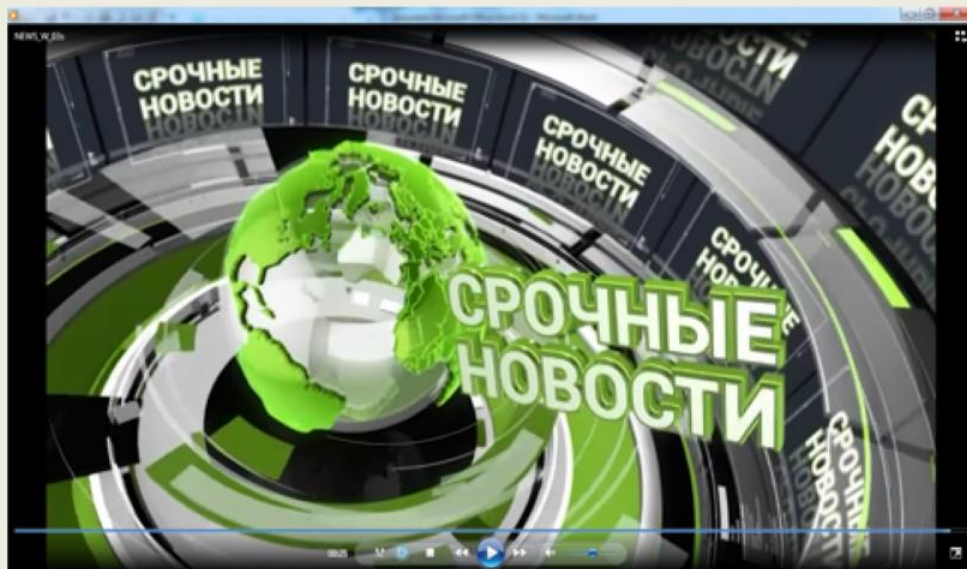
Однако, в нарушение указанного требования приведенная сноска выполнена шрифтом, размер которого **менее половины наибольшего размера шрифта, используемого в рекламе** (наибольшим размером шрифта в рассматриваемой рекламе является размер шрифта, которым выполнены слова «Срочные новости» – размер шрифта сноски составляет 10 % от размера шрифта «Срочные новости».

	Магазин 1	Магазин 2	Магазин 3	Магазин 4	Магазин 5	
Сметанная творожная масса	3.69	3.99	4.11	3.85	4.49	4.64
Сметанная творожная масса	1.29	1.99	1.74	1.85	1.55	1.80
Сметанная творожная масса	4.99	5.50	5.75	5.49	5.49	5.59
Сметанная творожная масса	4.99	6.75	5.85	-	5.78	6.19
Сметанная творожная масса	13.99	24.40	23.25	22.59	24.41	22.90
Сметанная творожная масса	2.59	3.85	3.59	4.05	3.59	3.89
Сметанная творожная масса	1.59	3.39	2.51	2.55	2.59	2.39

*НА АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ, АНАЛИЗИРУЕМЫЙ INFOPRICE.BY ИЗ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В НЕМ МАГАЗИНОВ, НА 11.05.2020.

НА 21% ДЕШЕВЛЕ!!!
ЦЕНЫ В ГИПЕРМАРКЕТАХ «ЕВРООПТ» НИЖЕ В СРЕДНЕМ НА 21%,
ЧЕМ В ДРУГИХ ГИПЕРМАРКЕТАХ МИНСКА.

Уточняющие сноски в рекламе



Текстовая информация «*на ассортимент товаров, анализируемый infoprise.by из представленных в нем магазинов, на 11.05.2020» является сноской, уточняющей содержащуюся в рекламе информацию.

Однако, в нарушение указанного требования приведенная сноска выполнена шрифтом, размер которого менее половины наибольшего размера шрифта, используемого в рекламе (наибольшим размером шрифта в рассматриваемой рекламе является размер шрифта, которым выполнены слова «Срочные новости» – размер шрифта сноски составляет 10 % от размера шрифта «Срочные новости»).

Недобросовестная реклама: слова, создающие впечатление о преимуществе товара



Согласно абзацу девятому пункта 1 статьи 26 Закона **недобросовестной** является реклама, содержащая ложные и иные недостоверные сведения о товаре (работе, услуге) (далее – товар), виде деятельности рекламодателя, распространение которых может привести к нарушению или нарушает права и охраняемые законом интересы организации или гражданина, в том числе в отношении использования слов в превосходной степени или иных **слов, создающих впечатление о преимуществе товара перед другими товарами, если их невозможно подтвердить документально.**

Недобросовестная реклама: слова, создающие впечатление о преимуществе товара



В рекламе содержится аудиоинформация «По данным независимого сервиса мониторинга цен, в гипермаркетах «Евроопт» цены в среднем на 21 % ниже, чем в других гипермаркетах города Минска. Покупайте и экономьте с «Евроопт» и текстовая информация «На 21 %дешевле!!! Цены в гипермаркетах «Евроопт» ниже в среднем на 21 %, чем в других гипермаркетах Минска... *на ассортимент товаров, анализируемый infoprice.by из представленных в нем магазинов, на 11.05.2020», которая является словами, создающими впечатление о преимуществе товара перед другими товарами. Эти слова должны быть подтверждены документально.

Недобросовестная реклама: слова, создающие впечатление о преимуществе товара



МАРТ письмом от 19.05.2020 № 10-24/700к были запрошены у ООО «Евроторг» копии документов и материалов, подтверждающих достоверность информации, размещаемой в рассматриваемой рекламе.

По запросу МАРТ письмом ООО «Евроторг» от 28.05.2020 №18-3-4-2/809б представлены в качестве документов, подтверждающих правомерность использования в рекламе приведенных слов:

фотографии ценников на 2444 листах;

таблица с ценами на 500 товаров, реализуемых в торговых объектах «Евроопт», «Корона», «Гиппо», «Грин», «Виталюр», «Соседи» (за исключением цен на 33 наименования товаров, которые в гипермаркете «Евроопт» отсутствовали) (далее – таблица с ценами);

выписка из приказов о предоставлении скидок ООО «Евроторг» на 11.05.2020 в магазине по адресу г. Минск, ул. Монтажников, 2 на **467 товаров**.

Недобросовестная реклама: слова, создающие впечатление о преимуществе товара



Документы, представленные ООО «Евроторг», не являются документами, подтверждающими правомерность использования в рекламе указанных слов, так как:

на сайте inforprice.by представлено более 30 000 товаров, по которым анализируются цены;

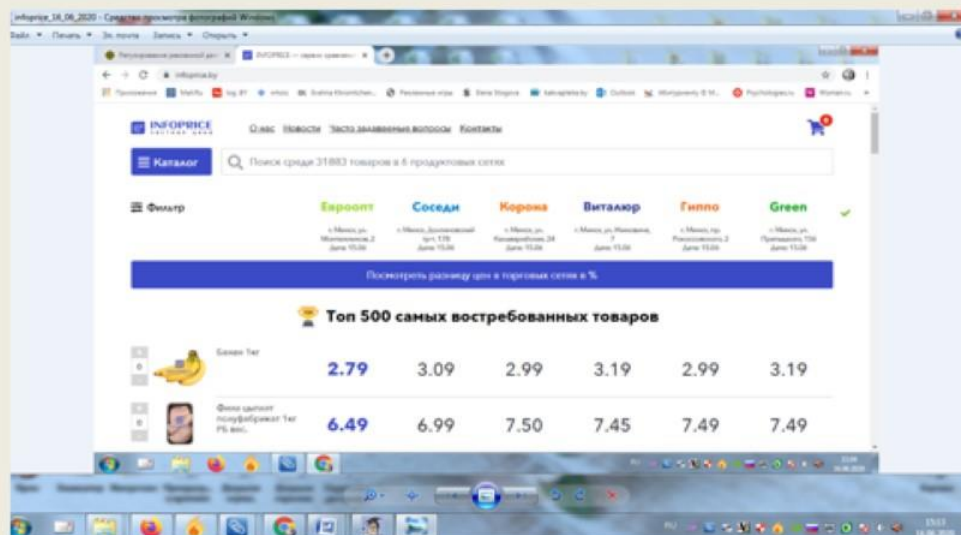
в таблице с ценами сравниваются цены на товары, реализуемые в гипермаркете «Евроопт», с ценами товаров в гипермаркетах иных торговых сетей, однако цены на 33 наименования товаров, реализуемых в гипермаркете «Евроопт», отсутствуют.

Неэтичная реклама: сравнение рекламируемого товара с другим



Согласно абзацу восьмому пункта 3 статьи 26 Закона **неэтичной** является реклама, которая содержит **сравнение рекламируемого товара с товаром другой организации** или другого гражданина.

Неэтичная реклама: сравнение рекламируемого товара с другим



В нарушение указанного требования, рассматриваемая реклама содержит сравнение по ценам товаров, реализуемых в гипермаркете «Евроопт», с товарами, реализуемыми в гипермаркетах г. Минска.

Рассматриваемая реклама содержит информацию «на ассортимент товаров, анализируемый infoprice.by из представленных в нем магазинов». На сайте infoprice.by представлены 5 торговых сетей, имеющих гипермаркеты, расположенные в г. Минске: «Соседи», «Корона», «Виталюр», «Гиппо», «Green».

Неэтичная реклама: вводящая в заблуждение



Согласно абзацу девятому пункта 3 статьи 26 Закона **неэтичной** является реклама, которая вводит потребителей рекламы **в заблуждение**.

Неэтичная реклама: вводящая в заблуждение



Рассматриваемая реклама размещалась в телепрограммах, в том числе в новостных блоках, и была изготовлена в виде выпуска «Срочных новостей»:

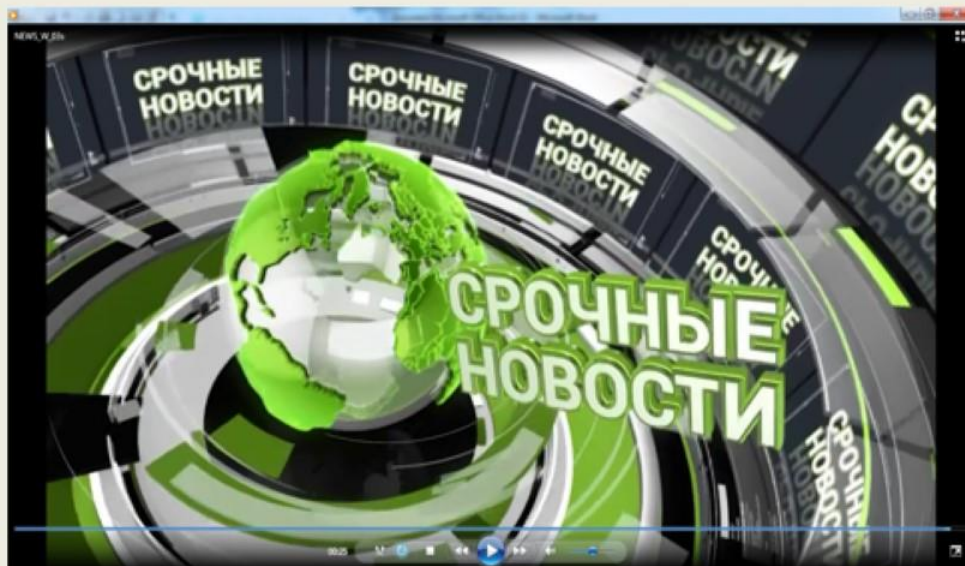
начиналась и заканчивалась музыкальным сопровождением, характерным для выпуска новостей;

в начале и в конце рекламы размещен текст «Срочные новости»;

аудиотекст рекламы «А теперь важная новость...» озвучивается ведущей телеканала ОНТ Мариной Мороз (ведущая программы «Тревожная кнопка»), ее изображение в рекламе сопровождается текстом «ведущая новостей Марина Мороз».



Неэтичная реклама: вводящая в заблуждение



Рассматриваемая реклама размещалась в телепрограммах, в том числе в новостных блоках, и была изготовлена в виде выпуска «Срочных новостей»:

начиналась и заканчивалась музыкальным сопровождением, характерным для выпуска новостей;

в начале и в конце рекламы размещен текст «Срочные новости»;

аудиотекст рекламы «А теперь важная новость...» озвучивается ведущей телеканала ОНТ Мариной Мороз (ведущая программы «Тревожная кнопка»), ее изображение в рекламе сопровождается текстом «ведущая новостей Марина Мороз».

Неэтичная реклама: вводящая в заблуждение



Рассматриваемая реклама размещалась в телепрограммах, в том числе в новостных блоках, и была изготовлена в виде выпуска «Срочных новостей»:

начиналась и заканчивалась музыкальным сопровождением, характерным для выпуска новостей;

в начале и в конце рекламы размещен текст «Срочные новости»;

аудиотекст рекламы «А теперь важная новость...» озвучивается ведущей телеканала ОНТ Мариной Мороз (ведущая программы «Тревожная кнопка»), ее изображение в рекламе сопровождается текстом «ведущая новостей Марина Мороз»

Результаты рассмотрения



В соответствии со статьей 2 Закона **недобросовестная, недостоверная, неэтичная, скрытая** и иная реклама, при производстве и (или) размещении (распространении) которой допущены нарушения законодательства, является **ненадлежащей** и в силу пункта 5 статьи 26 Закона **не допускается**.

В этой связи рассматриваемая реклама признана МАРТ ненадлежащей и запрещена к размещению (распространению).

Согласно акту сдачи-приемки выполненных работ № 1 к договору № 21-П от 08.05.2020, заключенному между ООО «Евроторг» и ЗАО «Второй национальный канал», и приложению к рамочному договору от 12.01.2018 № EVR18, заключенному между ООО «Евроторг» и УП «ГептаГрупп», стоимость предмета административного правонарушения превышает сорок базовых величин, а именно составляет 49 077 белорусских рубля 02 копейки (1817 базовых величины).

Результаты рассмотрения



Ответственность за нарушение законодательства о рекламе предусмотрена частью 1 статьи 12.15 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях.

МАРТ выдано ООО «Евроторг» предписание об устранении выявленного нарушения законодательства о рекламе от 19.06.2020 № 10-09/878к. Нарушение законодательства о рекламе прекращено.

Успехов в работе!

Спасибо за внимание!

