

## **РЕШЕНИЕ**

по делу №014/05/7-02/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе

г. Якутск

резюлютивная часть оглашена «23» января 2019 г.

изготовлено в полном объеме «24» января 2019 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в составе:

<...>

При участии лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- Индивидуального предпринимателя <...> Службы доставки еды <...>, представителя по доверенности <...> от 22.01.2019 г. <...>.

Рассмотрев дело №014/05/7-02/2019, возбужденное по факту распространения на территории г. Якутска рекламы Службы доставки еды <...> - «Блюда из тандыра готовим в дровяной печи» с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 10.1. статьи 5, пункта 6 статьи 7, статьи 9 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по существу,

у с т а н о в и л а:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в рамках осуществления государственного контроля за соблюдением

законодательства Российской Федерации о рекламе на территории г. Якутска, в районе автовокзала отслежен факт распространения с использованием рекламной листовки рекламы Службы доставки еды <...>.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) определением о возбуждении дела №014/05/7-02/2019 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе от 15.01.2019 г. возбуждено производство по делу.

В ходе рассмотрения дела, представитель ИП <...> сообщила, что реклама изготовлена в начале декабря 2018 г., распространялась в семи точках общественного питания, в которых осуществляется реализация готовых блюд по торговой маркой <...>.

<...> пояснила, что рекламные листовки изготовили в начале декабря, доставка готовой пищевой продукции, реализуемой ИП <...> осуществляется по центру бесплатно, на окраину города платно, минимальный сумма заказа 500 рублей. Уточнила, что содержание рекламной листовки определили сами, изготавливали в ООО <...> в 10.12.2018 г. в количестве 1000 штук, распространяли в шести торговых помещениях кулинарок <...>. Также уточнила, что акция «Три пицца за 1199 рублей», указанная в рекламе, действует до конца февраля 2019 г.

<...> также сообщила, что на реализуемые вне организации общественного питания декларации и соответствия, только на стадии оформления, сообщила, что не знали о том, что распространять рекламу о доставке готовой продукции без оформления санитарных документов, подтверждающих качество и безопасность, недопустимо.

Представитель ИП <...> пояснила, что все необходимые санитарные документы по производству на стадии оформления, проводятся анализы, сообщила, что только после получения определения антимонопольного органа, подали уведомление в Роспотребнадзор о начале деятельности. <...> сообщила, что распространение рекламы прекращено, вину в распространении ненадлежащей рекламы признают.

На вопрос Комиссии, действительно ли осуществляется приём онлайн-заказов через приложение <...>, с какого возраста пользователи могут осуществлять на странице <...> заказы.

<...> сообщила, что онлайн-страница <...>, обслуживается в приложении <...> с сентября 2018 г., на основании договора с владельцем приложения ИП <...>, пользователями могут быть лица, достигшие совершеннолетия.

Заслушав объяснения лица, участвующего в деле, изучив имеющиеся в материалах дела документы, Комиссия пришла к следующим выводам.

Рассматриваемая реклама содержит следующую информацию: <...> пекарня кондитерская - «Блюда из тандыра. Шашлык «Пикантный», шашлык куриный, Люля Кебаб, ребрышки свиные, Окорочок, курица «Беффало», карась фаршированный, ряпушка запеченная, плов с говядины, овощи запеченные, картошка с чесноком, осетинские пироги, лепешки. Телефон для заказов <...> Адрес: ул. <...>. Заказать в приложении <...>. Instagram: <...>. На обратной стороне рекламы размещена информация следующего содержания: «Готовим в дровяной печи» ПИЦЦА «Маргарита», «Неополитано», «Пепперони», «Ветчина грибы», «Бекон грибы»,

«Ветчина», «Гавайская» Топинги. Телефон для заказов: <...> адрес: ул. <...> заказать в приложении <...> профиль <...>. Instagram: <...>. Акция Три пиццы Неополитано, Ветчина, Маргарита за 1199 р.». к рекламе также прикреплена рекламная визитка содержащая информацию <...> пекарня кондитерская. Пицца на дровах, бесплатная доставка по центру <...>. В рекламе указана стоимость готовой продукции и вес.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой признается информация, распространяемая 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 продвижению на рынке. В статье 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром как объектом рекламирования понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из содержания рассматриваемой рекламы, доставки пиццы, готовые блюда из тандыра, осетинские пироги, лепешки, осуществляется потребителям на бесплатной основе.

Согласно части 7 статьи 5 Федерального 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.

Рекламная информация направлена на привлечение внимания потребителя, к товарам при дистанционном способе их продажи без прямого, непосредственного контакта потребителя с товаром либо его образцом до заключения договора и в момент его заключения, и, во-вторых, определение средств ознакомления с товаром: каталоги, буклеты, проспекты, фотоснимки, средства связи и так далее.

Совокупное восприятие информации содержащейся в рекламе дает основание полагать, что объектом рекламирования в данном случае выступают готовая пищевая продукция (пиццы, еду из тандыра, осетинские пироги, лепешки), реализуемая Службы доставки еды <...> вне организаций общественного питания пекарни кондитерской <...>, расположенной по адресам ул. <...>.

Указание в рекламе номера телефонов, перечня готовых блюд с указанием их стоимости, выражение «Бесплатная доставка по центру», заказать в приложении <...> профиль <...>. Instagram: <...> позволяет сделать вывод, что Службой доставки еды <...> осуществляется доставка еды на территории г. Якутске на бесплатной основе по центру вне зависимости от цены заказа и способствует их продвижению на рынке.

Согласно Правилам продажи товаров дистанционным способом, утвержденным Постановлением Правительства РФ N 612 от 27.09.2007 г., продажа товаров дистанционным способом - это продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или посредством средств связи, или иными

способами, исключая возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

В соответствии с п. 20 названных Правил, договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар.

Из указанной нормы следует, что момент заключения договора розничной купли-продажи при дистанционном способе продажи не ставится в зависимость от момента оплаты товара и выдачи чека, а определяется моментом сообщения покупателем продавцу своего намерения приобрести товар.

В пункте 3 статьи 497 ГК РФ определен момент исполнения договора розничной купли-продажи, заключенного дистанционным способом: договор считается исполненным с момента доставки товара, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором.

Указанная выше реклама предлагает покупателю товары, исключая возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении договора, заключаемого посредством получения продавцом сообщения по телефону о намерении покупателя приобрести товар (дистанционный способ торговли).

Согласно статье 8 Федерального закона «О рекламе» в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В рассматриваемой рекламе отсутствуют сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, что указывает на признаки нарушения статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

В силу пункта 6 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия.

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона от 02.01.2000 №29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» индивидуальные предприниматели и юридические лица, осуществляющие деятельность по изготовлению и обороту пищевых продуктов, материалов и изделий, оказанию услуг в сфере розничной торговли пищевыми продуктами, материалами и изделиями и сфере общественного питания, обязаны предоставлять покупателям или потребителям, а также органам государственного надзора полную и достоверную информацию о качестве и безопасности пищевых продуктов, материалов и изделий, соблюдении

требований нормативных документов при изготовлении и обороте пищевых продуктов, материалов и изделий и оказании таких услуг.

В соответствии с частью 2 статьи 12 Федерального закона «О качестве и безопасности пищевых продуктов» перечень пищевых продуктов, материалов и изделий, обязательное подтверждение соответствия которых осуществляется в форме обязательной сертификации, и перечень пищевых продуктов, материалов и изделий, обязательное подтверждение соответствия которых осуществляется в форме принятия декларации о соответствии, устанавливаются техническими регламентами, а до дня вступления в силу соответствующих технических регламентов Правительством Российской Федерации.

ТР ТС 021/2011 устанавливает требования безопасности (включая санитарно-эпидемиологические, гигиенические и ветеринарные) к объектам технического регулирования. Объектами технического регулирования названного технического регламента являются: 1) пищевая продукция; 2) связанные с требованиями к пищевой продукции процессы производства (изготовления), хранения, перевозки (транспортирования), реализации и утилизации.

Согласно пункта 9.10 СанПиН 2.3.6.1079-01, утвержденного Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации от 31.03.2011 N 29, реализация полуфабрикатов, готовых блюд и других изделий вне организации общественного питания должна осуществляться при наличии сопроводительных документов (товарно-транспортной накладной, удостоверения о качестве и безопасности, декларации или сертификата о соответствии). Сопроводительные документы в организации общественного питания должны храниться не менее 30 дней с момента изготовления блюда.

Распространение рекламы пищевой продукции, а именно готовых блюд и других изделий вне организации (службы доставки еды <...>), в том числе производство и реализация с доставкой должно осуществляться при наличии сопроводительных документов на реализуемую пищевую продукцию (товарно-транспортной накладной, удостоверения о качестве и безопасности, декларации или сертификата о соответствии).

В рекламе сообщается о возможности осуществить заказа с использованием мобильного приложения <...> профиль <...>.

В силу части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

В рекламе при указании мобильного приложения <...> профиль <...> в нарушение 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не указана возрастная категория данной информационной продукции.

Кроме того, в рекламе при указании о проведении стимулирующего мероприятия о предоставлении трех пицц за 1199 рублей, отсутствует сроки проведения такого мероприятия, источник информации об организаторе такого мероприятия, что указывает на признаки нарушения статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статьи 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Материалами дела установлено, что ИП <...> зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя за основным государственным номером <...> от 07.08.2012 г., осуществляет деятельность по коду 56.10 деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания с 27.09.2017 г.

Из представленных в материалы дела ИП <...> документов и письменных пояснений установлено, что акция «Три пиццы за 1199 рублей» действует с 01.10.2018 г. по 28.02.2019 г., приложение <...> используется для приема онлайн-заказов с 17.09.2018 г., бесплатная доставка по центру города осуществляется при минимальном заказе от 500 рублей, на окраины доставка платная.

Материалами дела подтверждается отсутствие на момент распространения рекламы (декабрь 2018 г.) деклараций о соответствии указанных в рекламе готовых пищевых продуктов, что указывает на нарушение пункта 6 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» в действиях ИП <...> как рекламодателя и рекламораспространителя.

Таким образом, в ходе рассмотрения дела, установлено, что реализация готовой пищевой продукции *вне организации осуществляться ИП <...> (Служба доставки еды <...>) без получения деклараций соответствия на реализуемую готовую продукцию, а также оформления иных документов (товарно-транспортной накладной, подтверждающих качество и безопасность реализуемой продуктов питания.*

В соответствии со статьей 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В рекламной листовке при указании стимулирующего мероприятия «Три пиццы за 1199 рублей» *в нарушение* статьи 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе внимание потребителей рекламы обращается к мобильному приложению <...>, в ходе рассмотрения дела установлено, что данное приложение используется ИП <...> на основании договора с ИП <...> для получения заказов на доставку готовой продукции, указание в рекламе мобильного приложения <...>, которое по сути является информационным продуктом (программой для ЭВМ), способствует его продвижению на рынке. Следовательно, косвенно реклам привлекает внимание

потребителей рекламы к данному информационному продукту.

В силу части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

Согласно п. 2 ст. 2 Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" под знаком информационной продукции понимается графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 Федерального закона N 436-ФЗ.

В соответствии с п. 5 ст. 2 Федерального закона N 436-ФЗ информационная продукция это предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная информация, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи.

В силу п. 12 ст. 2 Федерального закона N 436-ФЗ под оборотом информационной продукции понимается предоставление и (или) распространение информационной продукции, включая ее продажу (в том числе распространение по подписке), аренду, прокат, раздачу, выдачу из фондов общедоступных библиотек, публичный показ, публичное исполнение (в том числе посредством зрелищных мероприятий), распространение посредством эфирного или кабельного вещания, информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи.

Реклама ИП <...> привлекает внимание потребителей рекламы к информационной продукции (мобильному приложению <...>), при этом, в рекламе не указана возрастная категория данной информационной продукции (возрастное ограничение), следовательно, при распространении указанной рекламы также нарушена часть 10.1 статьи 5 Федерального закона "О рекламе".

Согласно статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, наружная реклама <...> Служба доставки еды <...>), распространяемая с использованием рекламного листа с 10 декабря 2018 г. по настоящее время является ненадлежащей нарушающей требования части 7 статьи 5, части 10.1 статьи 5, пункта 6 статьи 7, статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

В силу части 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об

административных правонарушениях.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях установлена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем законодательства о рекламе.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 8 статьи 5, статьями 6 - 9, частями 4 - 6 статьи 10, статьей 12, частью 3 статьи 19, частями 2 и 6 статьи 20, частями 1,3, 5 статьи 21, статьями 24 и 25, частями 1 и 6 статьи 26, частями 1 и 5 статьи 27, статьями 28 - 30.1 названного Федерального закона.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец - 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.

Материалами дела установлено, что содержание рекламной листовки с нарушением, части 7 статьи 5, части 10.1 статьи 5, пункта 6 статьи 7, статьи 9 Федерального закона «О рекламе» определялось ИП <...>, данные обстоятельства подтверждаются материалами дела. Договором с <...> от 07.12.2018 г., актом <...> от 10.12.2018 г. согласно которой заказчик претензий по объему, качеству и срокам оказываемых услуг не имеет.

В ходе рассмотрения дела из представленных в материалы документов не установлен факт прекращения распространения рассматриваемой рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе, при таких обстоятельствах возникает необходимость выдачи предписания рекламодателю.

На основании вышеизложенного, руководствуясь частью 7 статьи 5, частью 10.1 статьи 5, пункта 6 статьи 7, статьей 9, пунктом 2 части 1 статьи 33, части 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктов 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Комиссия

решила:

1. Признать рекламу ИП <...> – Службы доставки еды <...>), распространенную с 10.12.2018 по настоящее время с использованием рекламных листовок, расположенного по адресу: г. Якутск, ул. <...>, а также в шести торговых точках, в которых реализуется пищевая продукция ИП <...> ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5, части 10.1 статьи 5, пункта 6 статьи 7, статьи 9 Федерального закона «О рекламе»;
2. Выдать ИП <...> - служба доставки еды <...> предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе;

3. Материалы настоящего дела передать уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) для решения вопроса о наличии оснований для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса об

административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение 3 месяцев со дня вынесения настоящего решения.