

РЕШЕНИЕ

"30" июня 2011 г. Смоленское УФАС России

Комиссия Смоленского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе... рассмотрев дело № 21/11-РЗ по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное на основании заявления ... по факту размещения в 2011 году рекламы саженцев земляники в журнале «Еда» № 3 за 2011 год (г.Санкт-Петербург), в которой усматриваются признаки нарушения пунктов 1 и 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 и части 8 статьи 5, Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), в отсутствие заявителя и представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, извещенных надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

в Смоленское УФАС России 10.05.2011 поступило заявление ... - члена Совета по агропромышленному комплексу при председателе Совета Федерации РФ, члена Общественного совета при Министерстве сельского хозяйства РФ, председателя Московского межрегионального союза садоводов, главного редактора газеты «Ваши 6 соток». В заявлении указано, что ООО «Беккер», размещая недостоверную рекламу саженцев земляники: «Земляника, которая вьется», «Земляника размером с яблоко», «Земляника для балконов» и «Земляника «Фрарома» в журнале «Еда» (г.Санкт-Петербург), газетах «Аргументы и факты» и «Комсомольская правда», нарушает требования части 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

в Смоленское УФАС России 10.05.2011 поступило заявление ... - члена Совета по агропромышленному комплексу при председателе Совета Федерации РФ, члена Общественного совета при Министерстве сельского хозяйства РФ, председателя Московского межрегионального союза садоводов, главного редактора газеты «Ваши 6 соток». В заявлении указано, что ООО «Беккер», размещая недостоверную рекламу саженцев земляники: «Земляника, которая вьется», «Земляника размером с яблоко», «Земляника для балконов» и «Земляника «Фрарома» в журнале «Еда» (г.Санкт-Петербург), газетах «Аргументы и факты» и «Комсомольская правда», нарушает требования части 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В результате проверки материалов, представленных заявителем ..., было установлено, что в журнале «Еда» № 3 за 2011 год (г.Санкт-Петербург) размещалась следующая информация:

- на 4-х цветных рисунках – фотографиях:

«Земляника размером с яблоко* - ягоды до 150г.

5 саженцев – 590 руб. 10 саженцев – 890 руб.»

«Земляника для балконов* 5 саженцев – 590 руб. 10 саженцев – 890 руб.»

«Все саженцы класса «А+», урожай в 2 раза больше.

Земляника, которая вьется* 5 саженцев – 590 руб. 10 саженцев – 890 руб.

- пускание усиков и ползучесть гарантированы!»

- в текстовом формате:

«Земляника размером с яблоко. Мощный куст с крупной листвой. Урожай с

отдельных кустов достигает 2,2кг. Ягоды величиной с небольшое яблоко, весом до 150г. плодоносит июнь-июль. Земляника, которая вьется. Это наиболее достойная рекомендации земляника считается лучшей вьющейся земляникой в мире! Так как эта земляника гарантированно образует и пускает очень длинные и сильные усики, которые Вы можете подвязывать к шпалерам, решеткам, изгороди на высоту 1,5 метра! Первые крупные ярко-красные ягоды земляники Вы сможете собирать уже в год посадки! Идеальная для выращивания в балконных и подвесных вазах. Пускает очень длинные усики, которые все лето до самой осени обвешены ягодами. В течение года высокая урожайность! Гарантировано функционирует!

ООО «Беккер» 210014 д.23 оф.321 А. ОГРН 1096731014863. Сертифицировано»

- на купоне:

«Для того чтобы получить саженцы, разборчиво заполните купон и отправьте его по адресу или позвоните по телефону: 495 647-27-27. Россия, 214000, г. Смоленск, а/я 4 «Беккер». Вы получите посылку с саженцами в специальной упаковке в своем почтовом отделении наложенным платежом. Оплата при получении на почте. Товар отсылаем непосредственно перед сроком посадки (март-май). Обязательно указывайте номер своего мобильного телефона для отправки Вам СМС про отправку Вашего заказа. WWW.ABEKKER.RU

На купоне в разделе «товар» указано: Земляника, которая вьется.

Земляника для балконов. Земляника размером с яблоко.

*не является названием сорта!»

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе»): «Реклама - 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 продвижение на рынке. Объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, на привлечение внимания к которым направлена реклама».

Таким образом, указанная информация является рекламой, так как предназначена для неопределенного круга лиц - размещается в средствах массовой информации и круг лиц не может быть заранее определен в качестве получателя рекламной информации, направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к деятельности ООО «Беккер» по реализации саженцев земляники «размером с яблоко, для балконов, которая вьется».

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона «О рекламе»: «Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются».

1. В размещаемой рекламе указано: «Все саженцы класса «А+», урожай в 2 раза больше».

В соответствии с требованиями пунктов 1 и 2 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе»: «Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:

1) о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

2) о любых характеристиках товара, в том числе 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».

Согласно статье 5 Федерального закона от 17.12.1997 N 149-ФЗ "О семеноводстве" (в ред. от 30.12.2008), в зависимости от этапа воспроизводства сортов сельскохозяйственных растений определяются следующие категории семян сельскохозяйственных растений: оригинальные, элитные (семена элиты), репродукционные (семена первой и последующих репродукций, а также гибридные семена первого поколения).

По некоторым зарубежным стандартам партии конкретного сорта посадочного материала присваивается класс «А», однако, в соответствии со статьей 33 Федерального закона от 17.12.1997 N 149-ФЗ "О семеноводстве", ввоз в Российскую Федерацию партий семян допускается в случае, если на партии семян оформлены документы, удостоверяющие их сортовые и посевные качества, и если указанные партии семян соответствуют требованиям, установленным законодательством Российской Федерации и нормами международного права.

Таким образом, указание в размещаемой рекламе на то, что «все саженцы класса «А+», не соответствует действительности, так как такой классификации семян (саженцев) в России не существует, что указывает на признаки нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

2. Утверждение в рекламе: «урожай в 2 раза больше» предполагает, что урожайность всех видов земляники, указанной в рекламе, в два раза выше урожайности сортов земляники, которая реализуются другими продавцами, но при этом отсутствует какая либо информация о достоверности получения таких результатов, что указывает на признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

3. В размещаемой рекламе содержится информация: «Земляника, которая вьется. Это наиболее достойная рекомендации земляника считается лучшей вьющейся земляникой в мире!» Земляника размером с яблоко. Земляника для балконов», что указывает на признаки нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе», так как:

- ни один сорт земляники виться или цепляться не может, в связи с тем, что у земляники нет для этого ни присосок, ни специальных усиков;
- имеются сорта земляники крупноплодной, но отсутствуют сорта земляники с характеристикой «размером с яблоко»;
- по своим биологическим особенностям (на большей части территории России) все виды земляники не могут зимовать без снегового покрова, поэтому в Государственном реестре селекционных достижений, допущенных к использованию, отсутствует какой либо специальный сорт для выращивания на балконах.

4. Информация в рекламе об основных характеристиках саженцев земляники: «Земляника размером с яблоко. Земляника для балконов. Земляника, которая вьется» и сноска на купоне «*не является названием сорта», но при этом отсутствие в тексте рекламы существенной информации о том, какой именно сорт земляники предлагается к реализации с такими характеристиками, искажает смысл размещаемой рекламной информации и тем самым вводит в заблуждение потребителей рекламы, что указывает на признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с требованиями части 7 статьи 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.

5. Согласно пункту 4.8.1. ГОСТа Р 53135-2008 (утв. Приказом Ростехрегулирования от 18.12.2008 № 564-ст) "Посадочный материал плодовых, ягодных, субтропических, орехоплодных, цитрусовых культур и чая. Технические условия», в зависимости от технологии производства и хранения рассаду земляники подразделяют на рассаду свежевыкопанную, рассаду "фриго" (прошедшую длительное хранение в контролируемых условиях холодильника) и рассаду с закрытой корневой системой (выращенную из не укорененных отделенных розеток в торфяном субстрате).

В соответствии с пунктом 7.1.6. указанного ГОСТа Р 53135-2008: «При транспортировании рассады земляники более 1 сут. используют транспортные средства, обеспечивающие постоянную температуру для свежевыкопанной рассады от 0 °С до 5 °С включительно, для рассады "фриго" от минус 2 °С до 0 °С включительно. Рассаду земляники с закрытой корневой системой транспортируют в специально оборудованных автомашинах на стеллажах в ящиках».

В соответствии с частью 8 статьи 5 Закона «О рекламе»: «В рекламе товаров, в отношении которых в установленном порядке утверждены правила использования, хранения или транспортировки либо регламенты применения, не должны содержаться сведения, не соответствующие таким правилам или регламентам».

Информация в рекламе: «Вы получите посылку с саженцами в специальной упаковке в своем почтовом отделении наложенным платежом. Товар отсылаем непосредственно перед сроком посадки (март-май)», указывает на признаки нарушения части 8 статьи 5 Закона «О рекламе», так как ГОСТом Р 53135-2008, которым установлены специальные требования к транспортированию рассады земляники, исключается ее пересылка посредством почтовой связи в связи с особыми условиями хранения.

ООО «Беккер» 30.06.2011, в ответ на запрос Смоленского УФАС России от 08.06.2011 и 22.06.2011, представило копию договора № 82 от 04.04.2011, заключенного ООО «Беккер» с ООО «БелАгриПлантс», с приложением спецификации на поставку рассады земляники садовой («фриго») сортов «Зенга Зенгана» и «Вима Рина», а также сертификаты соответствия Филиала ФГУ «Россельхозцентр» по Смоленской области от 19.04.2011. Согласно представленным документам: рассада земляники сортов «Зенга Зенгана» и «Вима Рина» соответствует категории - репродукция первая, класс Б (сертификат и пункт 2.1 договора), могут быть использованы для закладки товарных плантаций без права размножения; температурный режим транспортирования рассады в пределах «ноль» - «минус» два градуса по Цельсию.

Учитывая изложенное, в рекламе «Земляника, которая вьется», «Земляника размером с яблоко» и «Земляника для балконов», опубликованной в журнале «Еда» № 3 за 2011 год (г.Санкт-Петербург), содержатся признаки нарушения пунктов 1 и 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 и части 8 статьи 5 Закона «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 – 8 статьи 5, на основании части 6 статьи 38 данного Закона, несет рекламодаделец.

Согласно статье 3 Закона «О рекламе»: «Рекламодатель – изготовитель или

продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо».

Деятельность по продаже саженцев земляники, реклама которых опубликована в журнале «Еда» № 3 за 2011 год (г.Санкт-Петербург»), осуществляет ООО «Беккер» (местонахождение: 214000 г. Смоленск, ул. Энгельса, дом 23, офис 321-А).

Распространение рекламы саженцев «Земляника, которая вьется», «Земляника размером с яблоко» и «Земляника для балконов», посредством ее размещения в журнале «Еда» № 3 за 2011 год (г.Санкт-Петербург»), идентична рекламе, размещаемой на страницах газет «Аргументы и факты» и «Аргументы и факты на даче», оригинал-макеты которой представлены ООО «Беккер» (договор № 801/10 от 14.12.2010 заключен ООО «Беккер» с ЗАО «Аргументы и факты»). Таким образом, рекламодателем указанной выше рекламы является ООО «Беккер».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37- 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей, размещаемую в журнале «Еда» № 3 за 2011 год (г.Санкт-Петербург») рекламу саженцев земляники «Земляника, которая вьется», «Земляника размером с яблоко» и «Земляника для балконов», поскольку в ней нарушены требования пунктов 1 и 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 и части 8 статьи 5 Закона «О рекламе», а именно: содержатся недостоверные сведения о различных характеристиках и преимуществах рекламируемых саженцев земляники; содержатся сведения о транспортировке, которые не соответствуют правилам, установленным ГОСТом Р 53135-2008; отсутствие в тексте рекламы существенной информации о сортах рекламируемых саженцев земляники и наличие недостоверной информации об их характеристиках, искажает смысл размещаемой рекламной информации и тем самым вводит в заблуждение потребителей рекламы.

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

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Смоленского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме " 30 " июня 2011 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе

«30» июня 2011 года Смоленское УФАС России

Комиссия Смоленского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе...
на основании своего решения от 30.06.2011 по делу № 21/11-РЗ о признании ненадлежащей, размещаемой в журнале «Еда» № 3 за 2011 год (г. Санкт-Петербург») рекламы саженцев земляники «Земляника, которая вьется», «Земляника размером с яблоко» и «Земляника для балконов», поскольку в ней нарушены требования пунктов 1 и 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 и части 8 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),
и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1 и 3 статьи 36 Закона «О рекламе», пунктами 44 и 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

4. ООО «Беккер» (местонахождение: 214000, г. Смоленск, ул. Энгельса, дом 23, офис 321-А) в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: исключить из текста рекламы недостоверные сведения о различных характеристиках и преимуществах рекламируемых саженцев земляники и их транспортировке, которые не соответствуют установленным правилам; при размещении достоверной рекламы саженцев земляники необходимо указывать существенную информацию о сортах земляники, предлагаемых к реализации ООО «Беккер», чтобы не вводить в заблуждение потребителей рекламы.
5. ООО «Беккер» представить в Смоленское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 01.08.2011.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Смоленское УФАС России вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, наложить на юридических лиц штраф в размере от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.