

РЕШЕНИЕ

по делу №014/05/7-13/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе

г. Якутск
2019 г.

резюлютивная часть оглашена «06» марта

изготовлено в полном объеме «18» марта 2019 г.

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

<...>

При участии:

лиц, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ООО <...>, адрес: Республика Саха (Якутия), 677000, г. Якутск, ул. <...>, представителя в лице генерального директора <...>;

- ИП <...>, ОГРНИП <...>, юридический адрес: г. Киров, ул. <...>, фактическое местонахождение: Республика Саха (Якутия), 677000, г. Якутск, ул. <...>;

Рассмотрев дело №014/05/7-13/2019, возбужденное по факту распространения во время регионального эфирного включения рекламного блока на телеканале «СТС», «Домашний», «НТВ» и «Пятница» рекламы ИП <...>. Службы доставки пельменная лавка <...> о доставке охлажденных пельменей и котлет на территории г. Якутска с признаками нарушения части 7 статьи 5, пункта 6 статьи 7 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по существу

у с т а н о в и л а:

21.01.2019 г. Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в рамках осуществление государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе во время регионального эфирного включения рекламного блока на телеканале «СТС», «Домашний», и «Пятница» рекламы ИП <...>. Службы доставки пельменная лавка <...> о доставке охлажденных пельменей и котлет на территории г. Якутска.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) определением о возбуждении дела №014/05/7-13/2019 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе от 29.01.2019 г. возбуждено производство по делу. По ходатайству сторон, рассмотрение дела откладывалось до 06 марта 2019 г.

В ходе рассмотрения дела ИП <...> сообщила, что рассматриваемый рекламный ролик изготавливался ООО <...>, в конце декабря 2018 г., распространялся на телеканалах СТС, Домашний и Пятница во время регионального включения. Содержание рекламы определялось лично, на тот момент только подали документы на сертификацию, поэтому на тот момент деклараций о соответствии не имелось. Распространение рекламы оплатили, реклама распространялась с 6 января по 31 января 2019 г.

ИП <...> пояснила, что Службой доставки пельменная лавка <...> бесплатная доставка пельменей, котлет и ravioli осуществляется в случае заказа продукции на сумму свыше 1100 рублей и то по центру, в дальние районы, заказ может осуществляться платно. Минимальная сумма заказа продукции от 500 рублей, при этом доставка будет платной в зависимости от района. Производственный контроль за качеством продукции организован, заключены договора поставки сырья, имеются сертификаты качества сырья.

ИП <...> уточнила, что оформление деклараций о соответствии на реализуемые охлажденные пельмени, котлеты и иную продукцию, начали только в феврале 2019 г.

ИП <...> уточнила, что действительно, как и указано в рекламе, производит и реализует пельмени без консервантов, сочные котлеты и ravioli, изготавливаются из мяса местного производства.

На вопрос Комиссии, когда фактически на реализуемую пищевую продукцию, получены декларации о соответствии, ИП <...> сообщила, что декларация о соответствии на реализуемые вареники с картофелем, полуфабрикаты мясные и мясосодержащие категории В: пельмени «Мясные», Ravioli, котлеты «Домашние», котлеты «Мясные» получены только 04.03.2019 г.

Директор ООО <...>, <...> пояснил, что до распространения рекламы Обществом у

продавца товара запрашивались подтверждающие качество и безопасность реализуемой продукции документы, но ИП <...> письменно заверила Общество, что все необходимые документы, подтверждающие качество и безопасность на рекламируемую ею пищевую продукцию, имеются и будут представлены при необходимости. В связи с чем, было принято решение о распространении рекламы на трех телеканалах СТС, Домашний и Пятница с 06 по 31 января 2019 г., в которых ООО <...> имеет право распространять региональную рекламу.

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

Рассматриваемый рекламный ролик состоит из визуального и звукового видеоряда, звуковой видеоряд содержит следующую информацию: «Пельмени без консервантов местного производства, срочные котлеты и равиоли. Сто процентов качества продукта, скорее закажите в инстаграмме и мы доставим до вашей квартиры, телефон <...>».

Визуальный ряд состоит из изображений готовых блюд «пельмени», котлет, и надписей «Пельменная лавка <...>. ИП <...> ОГРН <...>. Вкусные пельмешки, продукция замороженная. Местное производство без химии и консервантов» охлажденные изделия, сочные котлеты. Равиоли О-о-очень сочные! Натуральные продукты с доставкой на дом», в рекламе также имеется ссылка на Instagram аккаунт, товарные знаки.

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 замороженных пельменей, котлет и равиоли, осуществляется по заказам потребителей на дом. При этом в рекламе отсутствует информация о минимальной сумме заказа, при котором осуществляется доставка, а также отсутствует информация с какой суммы заказа, будет осуществляться бесплатная доставка.

Рекламная информация направлена на привлечение внимания потребителя, к товарам (пищевой продукции) 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 (пельмени, котлеты и равиоли), реализуемая ИП <...> ОГРН <...> через Службу доставки пельменная лавка <...> вне организаций общественного питания, расположенной по адресу ул. <...>.

Указание в рекламе номера телефонов, ссылка на аккаунт Instagram, использование выражений: «Местное производство без химии и консервантов», «О-очень вкусные!» позволяет сделать вывод, что Службой доставки пельменная лавка <...>, осуществляется доставка готовых пищевых продуктов на территории г. Якутске на бесплатной основе вне зависимости от цены заказа и способствует их продвижению на рынке.

Материалами дела установлено, что минимальная сумма заказа 500 рублей по центру 150 рублей в зависимости от района, при заказе продукции на сумму от 1100 рублей, доставка до двери, осуществляется на бесплатной основе. Данные обстоятельства подтверждаются представленными в материалы дела посменными и устными пояснения ИП <...>.

В материалы дела ИП <...> представлены декларации о соответствии: ЕАЭС №<...> на реализуемые вареники с картофелем от 04.03.2019 г., ЕАЭС №<...> на полуфабрикаты мясные и мясосодержащие категории В: пельмени «Мясные», Равиоли, котлеты «Домашние», котлеты «Мясные» от 04.03.2019 г. согласно документа, протоколы испытаний на рекламируемую продукцию получены только 06.02.2019 и 19.02.2019 г.

Таким образом, материалами дела установлено, что на момент распространения рекламы с 06 по 31 января 2019 г. на телеканалах СТС, Домашний и Пятница, у продавца пищевой продукции ИП <...>, не имелось деклараций о соответствии на производимые и реализуемые дистанционным способом пищевые продукты, а именно пельмени «Мясные», Равиоли, котлеты «Домашние», котлеты «Мясные», что указывает на нарушение требований пункта 6 статьи 7 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, расположенной по адресу: г. Якутск, ул. <...> (службы доставки пельменной лавки <...>), 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).*

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.

Материалами дела установлено, что доставка по центру осуществляется бесплатно при заказе от 1100 рублей, минимальная сумма заказа от 500 рублей на окраины города доставка осуществляется платно 150 рублей.

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.

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, исключающими 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).

В рассматриваемой рекламе в нарушение требований части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения рекламируемых дистанционным способом продуктов питания, при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, материалами дела, подтверждается отсутствие у ИП <...>, на момент распространения рекламы (с 06 января 2019 г. по 31 января 2019 г.) деклараций о соответствии, указанных в рекламе готовых пищевых продуктов, что указывает на нарушение пункта 6 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

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

Таким образом, реклама ИП <...> о дистанционной продаже пищевыми продуктами, распространенная с использованием трех телеканалов СТС, Домашний и Пятница с 06 по 31 января 2019 г. является ненадлежащей нарушающей требования части 7 статьи 5, пункта 6 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

В силу части 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, 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 рекламоделателем, 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 рекламного ролика определялось заказчиком ИП <...>, производство и распространение рекламы осуществлялось на основании договора №< ... > – Якутск от 26.12.2019 г., заключенного между ООО АР <...> и ИП <...>.

Факты распространения ненадлежащей рекламы на телеканалах СТС, Домашний и Пятница с 06 по 31 января 2019 г. подтверждаются планом графиков выходов (эфирными справками), представленными в материалы дела сторонами по делу и подтверждается актом №54 от 01.01.2019 г., согласно которой ИП <...>, как заказчик претензий по объему, качеству и срокам оказываемых услуг ООО АР <... > по размещению СТС, Домашний и Пятница видеороликов по договору договора №<...> – Якутск от 26.12.2019 г. на вышеуказанных телеканалах, не имеет.

В ходе рассмотрения дела из представленного в материалы дела документов, установлено, что распространение рекламы прекращено, при таких обстоятельствах необходимость выдачи предписания рекламодателю отсутствует.

На основании вышеизложенного, руководствуясь частью 7 статьи 5, пункта 6 статьи 7, 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 доставкипельменная лавка <...> о доставке охлажденных пельменей и котлет на территории г. Якутска, распространенную с 06.01.2019 по 31.01.2019 г. с использованием телеканалов СТС, Домашний, Пятница, транслируемых на территории г. Якутска ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 6 статьи 7 Федерального закона «О рекламе»;
2. ИП <...> и ООО <...>, в связи прекращением распространение ненадлежащей рекламы на телеканалах СТС, Домашний, Пятница,, предписание, не выдавать;
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.