

РЕШЕНИЕ

по делу №014/05/7-09/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе

г. Якутск
г.

резольтивная часть оглашена «05» февраля 2019

изготовлено в полном объеме «11» февраля 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:

-ООО <...>, Республика Саха (Якутия), 677000, г. Якутск, <...>, место нахождения: г. Якутск, ул. <...>, представителя по доверенности №<...> от 27.06.2018 <...>.

Рассмотрев дело №014/05/7-09/2019, возбужденное по факту распространения на территории г. Якутска рекламы Службы доставки еды <...> о доставке охлажденного мяса и мясной кулинарии на территории г. Якутска с признаками нарушения части 7 статьи 5, пункта 6 статьи 7, статьи 8 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по существу,

установила:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в рамках осуществление государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе на территории г. Якутска, в районе автовокзала, а также по адресу: ул. <...> отслежен факт распространения с использованием рекламной листовки рекламы Службы доставки еды <...> о доставке охлажденного мяса и мясной кулинарии.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) определением о возбуждении дела №014/05/7-09/2019 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе от 22.01.2019 г. возбуждено производство по делу.

В ходе рассмотрения дела, представитель < ... > сообщила, что реклама изготовлена в начале декабря 2018 г., распространялась в семи точках общественного питания, в которых осуществляется реализация охлажденного мяса и мясной кулинарии изготавливаемой ООО <...>.

<...> пояснила, что ООО <...> по договору с ИП <...> осуществляет поставку мясной кулинарии и охлажденного мяса до кулинарок <...>. Уточнила, что содержание рекламной листовки определили сами, изготавливали в ООО <...> в 10.12.2018 г. в количестве 5000 штук, распространяли в шести торговых помещениях кулинарок <...>. Также уточнила, что на кулинарную продукцию в момент распространения рекламы декларации о соответствии не были получены, поскольку с проводились лабораторные анализы и исследования на качество и безопасность продукции с декабря 2018 г. также уточнила, что уведомление о начале деятельности в Роспотребнадзора направили 22.01.2019 г., готовые декларации о соответствии реализуемой мясной кулинарии Обществом получены 04.02.2019 г.

На вопрос Комиссии, действительно ли реализуется охлажденное мясо или из замороженного мяса получаете охлажденное мясо.

<...> также пояснила, что покупают не парное мясо, а замороженное мясо, вся продукция имеет ветеринарные свидетельства, поставки мяса осуществляются поставщиками из Новосибирска, Челябинска, Омска, Барнаула. Из замороженного мяса, путем постепенного размораживания получают охлажденное мясо.

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

Рассматриваемая реклама содержит следующую информацию: <...> охлажденные изделия, Первый в Якутске фирменный магазин охлажденного мяса <...>. Доставка охлажденного мяса, говядина, свинина, курица, указан ассортимент продукции, стоимость, используется изображение продукции. Сообщается, что: *«Охлажденное мясо обладает незаменимым набором витаминов и микроэлементов. Оно заметно нежнее и сочнее. Не требует разморозки, уже готово к приготовлению»*, в рекламе указан номер телефона, адреса местонахождения: ул. <...>, электронный адрес, указана ссылка на Instagram аккаунт, товарный знак. На оборотной части рекламной листовки размещена информация содержащая ассортимент, реализуемой с доставкой кулинарной продукции «мясо в маринаде», «мясной кулинарии». В рекламе указана стоимость готовой продукции

и за кг., используется изображение готовой продукции, имеется надпись: «Маринуем охлажденное мясо и готовим по лучшим мировым рецептам в собственном мясном и кулинарном цеху».

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 охлажденного мяса, мяса в маринаде и мясной кулинарии 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.

Материалами дела установлено, что доставка по центру осуществляется бесплатно при заказе от 1000 рублей, окраины города 150 рублей <...>, 200 рублей районы <...> и пр.) и районы Сайсары, <...> - 100 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.

Совокупное восприятие информации содержащейся в рекламе дает основание полагать, что объектом рекламирования в данном случае выступают готовая пищевая продукция (охлажденного мяса, мяса в маринаде и мясной), реализуемая Службы доставки еды <...> вне организаций общественного питания, расположенной по адресу ул. <...>.

Указание в рекламе номера телефонов, перечня готовых блюд с указанием их стоимости, выражение «Доставка охлажденного мяса», позволяет сделать вывод, что Службой доставки еды <...> осуществляется доставка еды на территории г. Якутске на бесплатной основе 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, 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).

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 отсутствует 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 (кулинарные магазины) (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 материалы дела ООО <...> представлены декларации о соответствии от 04.02.2019 г. на реализуемую мясную кулинарную продукцию, которые фактически получены после (20.12.2018) распространения рассматриваемой рекламы.

Таким образом, материалами дела, подтверждается отсутствие у ООО <...> на момент распространения рекламы (с 20 декабря 2018 г. по 23 января 2019 г.) деклараций о соответствии, указанных в рекламе готовых пищевых продуктов (мясной кулинарии), что указывает на нарушение пункта 6 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» в действиях ООО <...> как рекламодателя и рекламодателя.

Таким образом, в ходе рассмотрения дела, установлено, что реализация готовой пищевой продукции ООО <...> вне кулинарных магазинов <...> осуществлялось без получения деклараций соответствия на реализуемую готовую продукцию (мясную кулинарию), а также оформления иных документов (товарно-транспортной накладной, подтверждающих качество и безопасность реализуемой продукции).

питания.

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе также указывается о реализации с доставкой охлажденного мяса: «говядина, свинина, курица», указан ассортимент продукции, стоимость, используется изображение продукции, сообщаются потребительские свойства и характеристики товара: *«Охлажденное мясо обладает незаменимым набором витаминов и микроэлементов. Оно заметно нежнее и сочнее. Не требует разморозки, уже готово к приготовлению».*

Из представленных в материалы дела ветеринарных свидетельств и письменных пояснений ООО <...>, антимонопольным органом установлено, что продавцом товара ООО <...>, фактически осуществляется реализация размороженного мяса, путем доведения мяса до состояния охлажденного, что указывает на нарушение технического регламента, а также иных технических регламентов Таможенного союза.

Охлажденное мясо - это мясо недавно убитого животного, прошедшее обработку и охлажденное в холодильнике. При этом температура туши близка к нулю (0.. +4 градуса), мышцы животного еще упругие, но на поверхности мяса уже видна чуть подсохшая корочка. Охлажденное мясо используется как для дальнейшей заморозки, так и для реализации в торговые сети. На данный момент, покупатели в магазинах отдадут предпочтение охлажденному мясу, однако в бытовых условиях хранить его более суток в холодильнике не рекомендуется.

В силу части 2 статьи 3 Закона N 29-ФЗ не могут находиться в обороте пищевые продукты, материалы и изделия, которые, в том числе, не соответствуют требованиям нормативных документов; не имеют установленных сроков годности (для пищевых продуктов, материалов и изделий, в отношении которых установление сроков годности является обязательным) или сроки годности которых истекли; не имеют маркировки, содержащей сведения, предусмотренные законом или нормативными документами, либо в отношении которых не имеется такой информации. Такие пищевые продукты, материалы и изделия признаются некачественными и опасными и не подлежат реализации, утилизируются или уничтожаются.

В соответствии с Федеральным законом от 27 декабря 2002 года №184-ФЗ "О техническом регулировании" введен в действие с 1 января 2007 года национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 52427-2005 "Промышленность мясная. Продукты пищевые. Термины и определения".

Согласно пункта 34 ГОСТ Р 52427-2005 "Промышленность мясная. Продукты пищевые. Термины и определения", охлажденное мясо - это парное или остывшее мясо, подвергнутое охлаждению до температуры в толще мышц от 0 °С до 4 °С, с неувлажненной поверхностью, имеющей корочку подсыхания.

При этом, пункт 37 ГОСТ Р 52427-2005 содержит определение на мясо глубокой заморозки и это замороженное мясо, имеющее температуру в толще мышц не выше минус 18 °С.

Цели и принципы стандартизации в Российской Федерации установлены Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. N 184-ФЗ "О техническом регулировании", а правила применения национальных стандартов Российской

Федерации - ГОСТ Р 1.0-2004 "Стандартизация в Российской Федерации. Пищевая продукция выпускается в обращение на рынке при ее соответствии настоящему техническому регламенту, а также иным техническим регламентам Таможенного союза, действие которых на нее распространяется (ч. 1 ст. 5 ТР ТС 021/2011).

Определение различных состояний, в которых могут находиться мясо и субпродукты данной группы (свежее, охлажденное, замороженное, соленое или в рассоле, сушеное или копченое), приводится в общих положениях пояснений к данной группе. Следует отметить, что мясо в состоянии глубокой заморозки и частично или полностью размороженное мясо следует классифицировать таким же образом, как и замороженное мясо.

Более того, термин "замороженное" распространяется не только на мясо, которое было подвергнуто замораживанию непосредственно из свежего состояния, но также и на мясо, предварительно слегка высушенное и затем замороженное, поскольку его действительная и длительная консервация существенно зависит от такого замораживания. Пояснения к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (ТН ВЭД ЕАЭС)".

В силу пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о 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.

Таким образом, указание ООО <...> в рассматриваемой рекламе информации: *«Охлажденное мясо обладает незаменимым набором витаминов и микроэлементов. Оно заметно нежнее и сочнее...»*, в силу фактического получения данного мяса от замороженного, не соответствует действительности, относительно указания потребительского свойства мяса, как охлажденного, поскольку при получении данного охлажденного мяса из мясо глубокой заморозки, имеющего температуру в толще мышц не выше минус 18 °С, путем разморозки полностью замороженного мяса, указывает на наличие в рекламе недостоверной информации относительно сведений о характеристике товара, в том числе способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах. Поскольку, охлажденное мясо по технологии получается только при охлаждении в камерах с температурой от 0 до +4 градусов, поэтому оно имеет небольшой срок хранения. А процедура заморозки мяса от (-18 °С) приводит к нарушению структуры мяса и после размораживания, оно будет рыхлым и плохо держащим форму. Приготовленное мясо будет сухим со слабо выраженным вкусом.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама относительно указания о реализации «охлажденного мяса» и указание потребительских свойств: *«обладает незаменимым набором витаминов и микроэлементов. Оно заметно нежнее и сочнее...»* содержит нарушение требований пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

Федерации.

Таким образом, реклама ООО <...> распространяемая с использованием рекламных листовок с 20 декабря 2018 г. по 23 января 2019 г. является ненадлежащей нарушающей требования пункта 2 части 3 статьи 5, 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, рекламодателями 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, рекламодателем 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, пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 6 статьи 7, Федерального закона «О рекламе» определялось ООО <...>, данные обстоятельства подтверждаются материалами дела, письмом ООО <...>, договором с №<...> от 07.12.2018 г., актом №<...> от 10.12.2018 г. согласно которой изготовлено 5000 листовок, заказчик претензий по объему, качеству и срокам оказываемых услуг не имеет.

В ходе рассмотрения дела из представленного в материалы дела Акта уничтожения рекламных материалов от 23.01.2019 г. установлен факт прекращения распространения рассматриваемой рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе, при таких обстоятельствах необходимость выдачи предписания рекламоделателю отпадает.

На основании вышеизложенного, руководствуясь пункта 2 части 3 статьи 5, 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 ООО <...>, распространенную с 20.12.2018 по 23.02.2019 г. с

использованием рекламных листовок (5000 шт.) по адресу: г. Якутск, ул. <...>, а также в шести торговых точках, в которых реализуется мясная кулинария и мясо ненадлежащей, нарушающей требования пункта 2 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5, пункта 6 статьи 7 Федерального закона «О рекламе»;

2. ООО <...> в связи устранением нарушения законодательства о рекламе, 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.