

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

руководитель управления;

Члены Комиссии:

начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/8-164/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ИП Максимовым В.С. рекламы с нарушением требований статьи 8, частей 2.1, 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии ИП Максимова В.С.,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России в январе 2021 года отслежены следующие рекламы, оформленные в виде рекламного буклета и распространяемые в г. Хабаровске по почтовым ящикам многоквартирного дома по ул. Ремесленная, д. 23 и в кафе китайской кухни «Китайка27рф» по ул. Запарина, д.130а:

- «КИТАЙКА27.РФ Доставка Китайская кухня 24-94-94 WhatsApp 8-909-878-01-88 Китайка27.рф Kitaika27.ru #Kitaika27.ru... Акции от китайка27.рф 1. При заказе на сумму 3500 р. Салат «Харбин» в подарок 2. При заказе на сумму 5000 р. «Свиная рулька» в подарок 3. Именинникам 10% скидка Действует только одна акция»;

- «...@veselyu.para #веселыйпапа Разливные напитки Большой выбор закусок Более 40 сортов Регулярные скидки и акции Прямые поставки с заводов Акция 1+3 Единый номер предзаказа 94-89-89...».

Реклама о доставке блюд кафе китайской кухни содержит каталог блюд, его порядковый номер, название, указан вес блюд и телефон доставки.

В силу части 2 статьи 497 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, буклетов, проспектов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара).

Таким образом, данный договор характеризуется двумя отличительными признаками: во-первых, отсутствие прямого, непосредственного контакта потребителя с товаром либо с его

образом до заключения договора и в момент его заключения, и во-вторых, определение ознакомления с товаром (каталоги, буклеты, проспекты, фотоснимки, средства связи и т.д).

В пункте 12 Правил продажи товаров при дистанционном способе продажи товара по договору розничной купли-продажи, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 31.12.2020 № 2463 (далее – Правила), Продавец обязан заключить договор розничной купли-продажи с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар на условиях оферты.

Договор розничной купли-продажи считается заключенным с момента выдачи продавцу кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения потребителя о намерении заключить договор розничной купли-продажи.

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

Таким образом, рассматриваемая реклама о доставке блюд китайской кухни является рекламой товаров при дистанционном способе их продажи.

В соответствии со статьей 8 ФЗ «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 регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Однако в нарушение требований статьи 8 ФЗ «О рекламе» распространяемая реклама о доставке блюд китайской кухни не содержит сведений о наименовании, месте нахождении, государственном регистрационном номере записи о создании юридического лица, либо сведений о фамилии, имени, отчестве, основном государственном регистрационном номере индивидуального предпринимателя, осуществляющего продажу товаров дистанционным способом.

В рекламе магазина разливных напитков «Веселый папа» сообщается о проведении акции, которая направлена на привлечение внимания к продавцу алкогольной продукции.

Учитывая специфику рекламируемого магазина разливных напитков «Веселый папа», имеющего по профилю своей деятельности широкий ассортимент спиртных напитков, известность в городе Хабаровске сети магазинов, осуществляющих деятельность под указанным обозначением, магазин ассоциируется именно с алкогольной продукцией, а не с иными напитками и в традиционном понимании формирует интерес потребителей к спиртному. Для потребителя однозначно и непосредственно свидетельствует о возможности приобретения в данном магазине алкогольной продукции, вне зависимости от того есть ли в рекламе наименование или изображение такой продукции.

В порядке части 4 статьи 2 ФЗ "О рекламе" специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Частью 2.1. статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

Из данной нормы следует, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции должна распространяться только в торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

Соответственно, такая реклама нарушает положения названной части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Указанная реклама не содержит предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, что свидетельствует о нарушении части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела ИП Максимов В.С. с выявленным нарушением согласился, пояснив, что распространение буклетов осуществлялось им самостоятельно, рекламу магазина разливных напитков «Веселый папа» разместили с целью минимизации расходов.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьи 8 настоящего Федерального закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара и либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем, в интересах которого распространялась реклама о доставке блюд китайской кухни, является ИП Максимов Владимир Сергеевич (ИНН 272211818977, место регистрации: 680038, г. Хабаровск, ул. Серышева, д. 23, кв. 3).

Частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя за нарушение требований частей 2.1, 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе»

Поскольку реклама магазина разливных напитков «Веселый папа» распространяется в месте нахождения кафе китайской кухни и по месту осуществления деятельности ИП Максимова Владимира Сергеевича, данный предприниматель также является рекламодателем данной рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащими следующие рекламы:

- «КИТАЙКА27.РФ Доставка Китайская кухня 24-94-94 WhatsApp 8-909-878-01-88 Китайка27.рф Kitaika27.ru #Kitaika27.ru... Акции от китайка27.рф 1. При заказе на сумму 3500 р. Салат «Харбин» в подарок 2. При заказе на сумму 5000 р. «Свиная рулька» в подарок 3. Именинникам 10% скидка Действует только одна акция»;

- «...@veselyy.papa #веселыйпапа Разливные напитки Большой выбор закусок Более 40 сортов Регулярные скидки и акции Прямые поставки с заводов Акция 1+3 Единый номер предзаказа 94-89-89...»,

распространенные ИП Максимовым В.С. по адресу: г. Хабаровск, ул. Ремесленная, д. 23 и в кафе китайской кухни «Китайка 27.рф» по адресу: г. Хабаровск, ул. Запарина, 130а, поскольку в них нарушены требования статьи 8, частей 2.1, 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП Максимова В.С. обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 25 марта 2021 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).