РЕШЕНИЕ

12.02.2010г. г. Кызыл

Резолютивная часть решения объявлена 12.02.2010г.
Решение изготовлено в полном объеме 24.02.2010г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее - Тывинское УФАС России) по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: Долгих О.М.- руководитель управления.

Члены Комиссии:

Сватиков А.И. - ведущий специалист – эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

Оюн А.М. - специалист – эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

рассмотрев дело № 04-04-02/01-10 по факту размещения в газетах «Плюс Информ» № 46 (409) от 18.11.2009г. и № 49 (412) от 09.12.2009г. <…> рекламных модулей, с признаками нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38- ФЗ «О рекламе»,

в присутствии:

ИП <…>

УСТАНОВИЛА:

14.12.2009г. в адрес Тывинского УФАС России поступило заявление от жителя г. Кызыла, ветерана ВОВ "..." о покупке угля в количестве 5 тонн, путем заказа угля по номеру телефона: 8- 905-920-19-87 указанному в рекламном модуле, размещенного в газете «ПлюсИнформ» № 46(409) от 18.11.2009г.

В заявлении гражданин "..." (далее - Заявитель) просил Тывинское УФАС России организовать комиссию для подтверждения факта содержания в угле каменной породы, которая при растопке печи не сгорает, и оказать помощь в возврате некачественного угля продавцам, при этом указал, что уголь привез <…>, сведениями о продавце угля не располагает.

Тывинским УФАС России по результатам рассмотрения заявления гражданина "..." установлено следующее.

В газете «ПлюсИнформ» № 46(409) от 18.11.2009г. на странице 14 и № 49 (412) от 09.12.2009г. на странице 14 размещены рекламные модули следующего содержания:

«НОВИНКА НА РЫНКЕ УГЛЯ!!! Уголь «Красной горки» (Усть - Элегестинский) сгорает с большей теплоотдачей (7000-8000Ккал); сгорает с меньшим количеством золы (менее 10 %); сгорает с меньшим, в 1,5 раза, количеством сажи; Применение современных технологий добычи дает более низкую себестоимость; Приобретая УГОЛЬ «КРАСНОЙ ГОРКИ» (УСТЬ – ЭЛЕГЕСТИНСКИЙ), вы экономите деньги, получаете тепло и уют в свои дома с наименьшим загрязнением сажей своего дома, района и республики в целом. ЦЕНА ОДНОЙ ТОННЫ С ДОСТАВКОЙ по г. Кызылу – 15000р. МИНИМАЬНЫЙ ЗАКАЗ 5 ТОНН- 7500р. По вопросам приобретения звонить по тел. 8-905–920-1987, 8-923-384-3536,8-913-347-3303» (далее - реклама).

В целях установления рекламодателя, Тывинским УФАС России был направлен запрос (№ 4-1092 от 11.02.2009г.) учредителю газеты «Плюс Информ» ООО «ОФФЛАЙН» о предоставлении информации о рекламодателе указанной выше рекламы.

На указанный запрос поступил ответ от рекламно – информационного агентства <… >.(вх. № 2810 от 18.02.2009г.) о размещении ИП "..." в газету «Плюс Информ» указанной выше рекламы. В подтверждение приложены счета от 12.12.2009г., от 17.11.2009г., кассовые чеки и счет – фактура № 105 от 30.11.2009г. о приобретении энергетического угля ИП "..." у ЗАО «Енисейская промышленная компания».

Таким образом, из представленных документов следует, что рекламодателем рекламных модулей, размещенных в газете «Плюс Информ» № 46 (409) от 18.11.2009г. и № 49 (412) от 09.12.2009г. является ИП "...".

Из представленной информации ЗАО «Енисейская промышленная компания» (далее - Компания) (исх. № 513 от 24.12.2009г.) следует, что данная компания поставляет качественный уголь. Договор купли – продажи угля заключен с ИП "..." Кроме этого, компания сообщила о том, что в результате проведенного опробования угля, привезенного на анализ ИП "..." установлено, что уголь по своим качественным характеристикам не соответствует энергетическому углю, реализуемому компанией. По мнению экспертов компании в данном угле могли присутствовать сторонние добавки, которые могли попасть в уголь при перегрузке на каком-то складе, где отсутствует угольная подушка.

В соответствии с п. 1 и 2 ч. 3. ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: 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 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;

В связи с выявлением признаков нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, Тывинским УФАС России принято определение от 26.01.2010г. о возбуждении дела № 04-04-02/01-10 по признакам нарушения ИП

"..."требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе и предложено ИП "..." явиться на рассмотрение 12.02.2010г.

12.02.2010г. на рассмотрение дела явилась ИП "..." в сопровождении мужа "..." и предоставила затребованные определением от 26.01.2010г. документы, а именно: письменное пояснение по факту размещения рекламы указанной выше, копию паспорта, справку регистрации Ф.9, свидетельство ОГРИП, свидетельство ИНН, информационное письмо об учете в ЕГРПО, сертификат соответствия № РОСС RU/NY 03/ Н 00366 со сроком действия с 19.03.09г. по 18.03.12г . на каменный уголь марки Ж, копия листа № 13 газеты «Аргументы и Факты» и счет от 17.11.2009г.

В ходе рассмотрения дела ИП "..." поддержала доводы, изложенные в письменном пояснении.

Из письменного пояснения ИП "..." следует, что гражданин "..." подавший заявление о недостоверной рекламе, явился одним из единичных случаев покупателей выразившим недовольство по качеству угля. И считает, что данный факт является нормальным явлением для любого вида товара тем более для угля, добываемого открытым (карьерным) способом. Также все сведения данные в газете «Плюс Информ» № 46 (409) от 18.11.2009г. на странице 14 и № 49 (412) от 09.12.2009г. не нарушают требования Закона о рекламе, поскольку получены из статьи «Какое золото выбрать?» (в газете «Аргументы и Факты» на Енисее № 41 от 07.10.09г.), сертификата соответствия, декларации о соответствии угля.

В процессе рассмотрения настоящего дела ИП "..." покинула заседание комиссии, в связи с тем, что ее муж <…> присутствовавший без доверенности удалился на предложение Комиссии покинуть заседание в связи с его неуважительным отношением к составу Комиссии.

Комиссия Тывинского УФАС России совещаясь на месте, решила рассмотреть дело № 04-04-02/01-10 в отсутствие надлежащим образом извещенной ИП "..." (почтовое уведомление о получении определения от 26.02.2010г. ИП "...", а также начала присутствия ИП "..." на заседании Комиссии.

Комиссия Тывинского УФАС России по рассмотрению дела № 04-04-02/01-10 рассмотрев все приложенные к материалам дела доказательства и изучив письменное пояснение ИП "...", установила следующие обстоятельства.

В соответствии с основными понятиями, указанными в статье 3 Закона о рекламе следует, что:

1) реклама - информация, распространенная 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;

2) объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;

(в ред. Федерального закона от 07.05.2009 N 89-ФЗ)

3) товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

4) ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Россииийской Федерации;

5) рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

8) потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама;

В данном случае объектом рекламирования является уголь, реализуемый ИП "..."

Факт того, что ИП "..." является рекламодателем указанной выше рекламы подтверждается имеющимися в материалах дела счетами от 12.12.2009г., от 17.11.2009г., кассовых чеков о размещении рекламного модуля в газете «Плюс Информ» № 49 от 18.12.2009г. и № 46 от 17.11.2009г.. Счет – фактурой № 105 от 30.11.2009г. о приобретении энергетического угля (объект рекламирования) ИП "..." у ЗАО «Енисейская промышленная компания».

В указанной выше рекламе отсутствуют требования статьи 8 Закона о рекламе, а именно сведения о продавце угля: 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.

Заявитель как потребитель рекламы не располагал сведениями о продавце рекламируемого угля, следовательно, не имел возможности возвратить некачественный уголь, не имел кассовый чек либо иной документ, подтверждающий розничную куплю - продажу угля.

Согласно п. 2 Правил продажи товара дистанционным способом, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 N 612, 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 Письме Роспотребнадзора от 08.04.2005 N 0100/2569-05-32 разъяснялось, что п. 2 ст. 26.1 Закона РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" возлагает на продавца обязанность до заключения договора предоставить потребителю информацию об основных потребительских свойствах товара, об адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании (наименовании) продавца (изготовителя), о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.

Комиссией Тывинского УФАС России отклоняются доводы, изложенные в пояснении

ИП "..." как необоснованные по следующим основаниям:

- указанная статья в газете «Аргументы и Факты» на Енисее № 41 от 07.10.09г. размещена на правах рекламы, о чем имеется соответствующая отметка.

- сертификат соответствия № РОСС RU/NY 03/ Н 00366 со сроком действия с 19.03.09г. по 18.03.12г . дан на каменный уголь марки Ж, в то время как в соответствии счет – фактурой № 105 от 30.11.2009г. ИП "..." у ЗАО «Енисейская промышленная компания» приобретен энергетический уголь, без конкретного указания вида и марки угля.

Из проведенного Тывинским УФАС России анализа состояния конкурентной среды в сфере каменного угля в Республике Тыва следует, что существует два вида угля: каменный и бурый (марки: Б1, Б2,Б3). Каменный уголь отличается от бурого более высоким содержанием углерода и большей плотностью. К каменным углям относятся марки: Г (газовый), ГЖ (газовый жирный), ГЖО (газовый жирный отощенный), Д (длиннопламенный), ДГ (длиннопламенный газовый), Ж (жирный), КСН (коксовый слабоспекающийся низкометаморфизованный), СС (слабоспекающийся), Т (тощий), ТС (тощий спекающийся).

Таким образом, ссылка ИП "..." на сертификат соответствия № РОСС RU/NY 03/ Н 00366 со сроком действия с 19.03.09г. по 18.03.12г . данный на каменный уголь марки Ж, не может являться подтверждением достоверности качества угля рекламируемого в газете «Плюс Информ», поскольку согласно счет – фактуре № 105 от 30.11.2009г. ИП "..." приобрела у ЗАО «Енисейская промышленная компания» энергетический уголь без указания конкретной марки угля.

В соответствии с ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что ответственность за нарушение требований, установленных ст. 8 Закона о рекламе, несут как рекламодатели, так и рекламораспространители. Ответственность за нарушение требований пунктов 1 и 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет – рекламодатель.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 – 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Россииийской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП "..." размещенную в газете «ПлюсИнформ» № 46(409) от 18.11.2009г., на странице 14 и № 49 (412) от 09.12.2009г. на странице 14, поскольку в ней нарушены требования статьи 8 и пунктов 1 и 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38- ФЗ «О рекламе»

2. ИП "..." не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе, в связи с добровольным устранением указанных в части 1 настоящего

Решения нарушений Федерального закона от 13.03.2006г. № 38- ФЗ «О рекламе».

3.Передать материалы уполномоченному должностному лицу Тывинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14. 3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд Республики Тыва в порядке, предусмотренном статьей 198 АПК РФ.

Председатель Комиссии: /Долгих О.М./

Члены Комиссии:

/ Сватиков А.И/.

/Оюн А.М/