

Решение по делу № 120/Р-2016

Номер документа: № 09/11940 от 29.12.2016г.

Номер дела: 120/Р-2016

Тип документа: Решения по делам

Управление: Кемеровское УФАС России

Дата публикации: 30.12.2016

Сферы деятельности:

- Контроль рекламы и недобросовестной конкуренции

РЕШЕНИЕ

«20» декабря 2016г.

г. Кемерово

Комиссия Кемеровского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Заместителя Председателя

Комиссии:

Ланцман Л.И. - заместителя руководителя управления;

Каминской Е.Б. - начальника отдела рекламы, недобросовестной конкуренции и финансовых рынков;

Членов Комиссии:

Хохолковой М.И. - специалиста-эксперта отдела рекламы, недобросовестной конкуренции и финансовых рынков;

рассмотрев дело № 120/Р-2016, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Карнавал» (ИНН 7727710670, ОГРН 1107746090100, КПП 500901001, дата регистрации: 12.02.2010г., юридический адрес: 142001, г. Домодедово, Московская обл., микрорайон Северный, шоссе Каширское, д. 4, корп. 1, пом. 225, далее – ООО «Карнавал») о распространении рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе») в присутствии представителя ООО «Карнавал» <...> по доверенности б/н от 01.12.2016г. (далее – <...>),

УСТАНОВИЛА:

20.10.2016г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило заявление <...> (вх. № 4250э от 20.10.2016г.) о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе».

Из заявления следует, что заявителю 28.07.2016г. был вручен купон на скидку 15% в супермаркете «Дочки – Сыночки». В купоне указано, что скидка 15% предоставляется на подгузники, косметику и детское питание торговых марок, указанных на лицевой стороне купона. При покупке молочной смеси «Малютка 1» заявителю было отказано в предоставлении скидки 15%. Кассир супермаркета пояснила, что скидка на молочную смесь «Малютка 1» и «Малютка 2» не предоставляется.

Заявителем в адрес Кемеровского УФАС России была предоставлена фотография 3 купонов следующего содержания:

- «Дочки – Сыночки» супермаркет детских товаров. Купон 15% октябрь 2016г., ноябрь 2016г., декабрь 2016г.» с указанием торговых марок, на которые предоставляется скидка 15%.

На обратной стороне купона содержится пометка следующего содержания:

- Каждый купон купонной книжки дает право на получение скидки на подгузники, косметику и детское питание торговых марок и в размере, указанных на лицевой стороне купона. Купон действует в период месяца, указанного на лицевой стороне купона на 1 покупку, после чего изымается кассиром, так как является документом строгой отчетности. Количество наименований в чеке не ограничено. Скидки по купонам не суммируются со скидками по другим акциям и Бонусной программой. Подробности акции уточняйте у сотрудников магазина, на сайте www.dochkisinochki.ru или по телефону горячей линии: <...>. *Предложение Heinz действует в супермаркетах Москвы и Московской области».

Также заявителем в адрес Кемеровского УФАС России была предоставлена фотография чека от 27.10.2016г. супермаркета «Дочки – Сыночки», согласно которому заявителю была продана смесь «Малютка 1» заменитель молока по цене 449 руб. без скидки 15%. В чеке указана скидка 20% на соску, которая была предоставлена по дисконтной карте заявителя.

Пунктом 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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.

15.11.2016г. определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Кемеровским УФАС России было возбуждено дело № 120/Р-2016 в отношении ООО «Карнавал» и назначено к рассмотрению на 20.12.2016г. в 11 часов 00 минут. Данное определение было направлено

в адрес ООО «Карнавал» заказным письмом с уведомлением о вручении (распечатка с сайта ФГУП «Почта России: отслеживание почтовых отправок») о вручении почтового отправления имеется в материалах дела).

20.12.2016г. в адрес Кемеровского УФАС России поступили письменные пояснения ООО «Карнавал» (исх. б/н, б/д), из которых следует, что в соответствии с частью 2 статьи 25 ФЗ «О рекламе» реклама продуктов детского питания не должна представлять их в качестве полноценных заменителей женского молока и содержать утверждение о преимуществах искусственного вскармливания детей.

В соответствии с методическими рекомендациями для Европейского региона Всемирной организации здравоохранения с акцентом на республики бывшего Советского Союза (глава 13 свода правил сбыта заменителей грудного молока и резолюции ВОЗ) (далее – свод правил) грудное вскармливание является наилучшим средством обеспечения идеального питания, необходимого для нормального роста и развития ребенка, оно представляет собой уникальную биологическую и эмоциональную основу для здоровья как матери, так и ребенка, что противоиные свойства грудного молока помогают защитить младенцев от болезней и существует важная взаимосвязь между грудным вскармливанием и перерывами между беременностями. Неправильное кормление ведет к недостаточности питания у младенцев, способствуя росту детской заболеваемости и смертности во всех странах, неправильные методы сбыта заменителей грудного молока и аналогичных продуктов детского питания могут еще более затруднить решение этих важнейших проблем общественного здравоохранения.

На основании изложенного и вследствие особой уязвимости младенцев в первые месяцы жизни, а также в связи с опасностью при неправильной практике кормления, включая ненужное и неоправданное использование заменителей грудного молока, маркетинг заменителей грудного молока требует особого подхода, который не позволяет использовать обычные методы маркетинга этих продуктов.

В соответствии с пунктом 5.3 статьи 5 свода правил, не должно быть рекламы в местах продажи, раздачи образцов или каких – либо других средств продвижения продуктов (а именно, заменителей грудного молока, включая смеси и другие молочные продукты питания и напитки), относящихся к сфере действия свода правил, непосредственно к потребителю с целью увеличения объема розничных продаж, используя, в частности, специальные витрины, дисконтные купоны, премии, специальные распродажи, продажи по сниженным ценам в виде нагрузки.

Российская Федерация является членом Всемирной организации здравоохранения, следовательно, все юридические лица, работающие на территории Российской Федерации и ведущие коммерческую деятельность в сфере торговли продуктами детского питания должны руководствоваться вышеуказанными правилами.

Таким образом, распространение скидок на молочную смесь «Малютка 1» и «Малютка 2», которые являются заменителями грудного молока, противоречило бы федеральному законодательству, а также интересам общества и государства в сфере охраны здоровья младенцев и детей раннего возраста, поскольку может привести к увеличению случаев кормления детей молочными смесями вместо грудного вскармливания.

Вывод об отсутствии в рекламном купоне ООО «Карнавал» существенной информации о

предоставляемых скидках и введение в заблуждение потребителей рекламы является необоснованным ввиду того, что в соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами ФЗ «О рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара.

В силу того, что фактический размер купона не позволяет разместить в полном объеме информацию о правилах его использования, в купоне указывается ссылка на сайт компании, телефон горячей линии, посредством которых можно узнать подробности проводимой акции. Кроме того, обо всех ограничениях использования рекламного купона возможно узнать у продавцов сети магазинов «Дочки – Сыночки».

Таким образом, ООО «Карнавал» предприняло все необходимые действия для надлежащего информирования своих потребителей о проводимой акции.

20.12.2016г. состоялось рассмотрение дела № 120/Р-2016 в присутствии представителя ООО «Карнавал» <...>, которая поддержала представленные письменные пояснения, а также дополнительно пояснила, что в рекламном купоне размещена не вся информация относительно проводимой акции, однако, на обратной стороне купона имеется ссылка на сайт, а также указан номер телефона, по которому можно узнать подробности проводимой акции. Смеси «Малютка 1» и «Малютка 2» действительно не участвовали в проводимой акции, о чем сообщалось на официальном сайте ООО «Карнавал». Данный купон распространялся в течение 3 месяцев с октября по декабрь 2016г., в настоящее время купоны не распространяются.

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения представителя ООО «Карнавал», Комиссия Кемеровского УФАС России установила:

20.10.2016г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило заявление <...> (вх. № 4250э от 20.10.2016г.) о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе».

Из заявления следует, что заявителю 28.07.2016г. был вручен купон на скидку 15% в супермаркете «Дочки – Сыночки». В купоне указано, что скидка 15% предоставляется на подгузники, косметику и детское питание торговых марок, указанных на лицевой стороне купона. При покупке молочной смеси «Малютка 1» заявителю было отказано в предоставлении скидки 15%. Кассир супермаркета пояснила, что скидка на молочную смесь «Малютка 1» и «Малютка 2» не предоставляется.

Заявителем в адрес Кемеровского УФАС России была предоставлена фотография 3 купонов следующего содержания:

- «Дочки – Сыночки» супермаркет детских товаров. Купон 15% октябрь 2016г., ноябрь 2016г., декабрь 2016г.» с указанием торговых марок, на которые предоставляется скидка 15%.

На обратной стороне купона содержится пометка следующего содержания:

- Каждый купон купонной книжки дает право на получение скидки на подгузники, косметику и детское питание торговых марок и в размере, указанных на лицевой стороне купона. Купон действует в период месяца, указанного на лицевой стороне купона на 1

покупку, после чего изымается кассиром, так как является документом строгой отчетности. Количество наименований в чеке не ограничено. Скидки по купонам не суммируются со скидками по другим акциям и Бонусной программой. Подробности акции уточняйте у сотрудников магазина, на сайте www.dochkisinochki.ru или по телефону горячей линии: 8 (800) 775-70-03. *Предложение Heinz действует в супермаркетах Москвы и Московской области».

Также заявителем в адрес Кемеровского УФАС России была предоставлена фотография чека от 27.10.2016г. супермаркета «Дочки – Сыночки», согласно которому заявителю была продана смесь «Малютка 1» заменитель молока по цене 449 руб. без скидки 15%. В чеке указана скидка 20% на соску, которая была предоставлена по дисконтной карте заявителя.

Пунктом 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

В нарушение данной правовой нормы в рекламном купоне содержатся не соответствующие действительности сведения о стоимости и цене товара, размере скидки на товар и условиях его приобретения, в связи с тем, что заявителю была продана смесь «Малютка 1» без указанной в купоне скидки 15%.

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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.

Рекламная информация, размещенная на официальном сайте, указанном в купоне, является самостоятельной рекламой, что не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе в части требований о полноте информации при ее размещении с использованием иных средств. Отсылка к иным источникам рекламы (сведения, сообщаемые по телефону) не может рассматриваться как предоставление всей необходимой и достоверной информации при размещении рекламы с помощью иных средств (распространения купонов).

В нарушение данной правовой нормы в рекламном купоне, представленном заявителем, отсутствует существенная информация о том, что скидка 15% не предоставляется на смесь «Малютка 1» и «Малютка 2», что искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

Также в рамках рассмотрения данного дела, Комиссией Кемеровского УФАС России были установлены признаки нарушения части 2 статьи 25 ФЗ «О рекламе» в действиях ООО «Карнавал».

В соответствии с частью 2 статьи 25 ФЗ «О рекламе» реклама продуктов, предназначенных для использования в качестве заменителей женского молока, и продуктов, включенных в рацион ребенка в течение его первого года жизни, должна содержать сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов.

В нарушение данной правовой нормы в рекламном купоне детского питания отсутствуют сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов, а также предупреждение о необходимости консультаций специалистов.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5, частью 2 статьи 25 ФЗ «О рекламе», несёт рекламодатель.

В данном случае рекламодателем является ООО «Карнавал», согласно представленной заявителем копии товарного чека (ИНН 7727710670).

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Кемеровского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Карнавал» (ИНН 7727710670, ОГРН 1107746090100, КПП 500901001, дата регистрации: 12.02.2010г., юридический адрес: 142001, г. Домодедово, Московская обл., микрорайон Северный, шоссе Каширское, д. 4, корп. 1, пом. 225) нарушившим требования пункта 4 части 3, части 7 статьи 5, части 2 статьи 25 ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Карнавал» не выдавать, в связи с устранением нарушения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кемеровского 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 29 декабря 2016 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения.

Заместитель председателя Комиссии: Члены Комиссии:	Л.И. Ланцман Е.Б. Каминская
---	------------------------------------

М.И. Хохолкова