

РЕШЕНИЕ

05 июня 2012 года
3/1

г. Саранск, ул. Московская,

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

председатель Комиссии: Шавензов В.П. – заместитель руководителя – начальник отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг,

члены Комиссии: Васенкина Л.В. - главный специалист - эксперт отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг, Сиднева О.В. - старший специалист 3 разряда отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг,

рассмотрев 01 июня 2012 года дело № 150/7-р по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в выпуске газеты «ТВ неделя Мордовии» № 15 (377) за 11 апреля 2012г. на 5-й полосе рекламы пиццерии «Мадрид» с предложением о бесплатной доставке всего меню, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5 и статьи 8 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии представителей:

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

Индивидуального предпринимателя «...»,

Общества с ограниченной ответственностью «Медиа Союз» (сокращенное наименование: ООО «Медиа Союз»; место нахождения: 430005, РМ, г. Саранск, ул. Большевикская, 60, 7 эт.), интересы которого представляет Морозова Е.А. по доверенности,

УСТАНОВИЛА:

Мордовским УФАС России в процессе плановой выездной проверки (акт проверки от 20.04.2012), проведенной в отношении ООО «Медиа Союз», в выпуске газеты «ТВ неделя Мордовии» № 15 (377) за 11 апреля 2012г. на 5-й полосе в рубрике «РЕСТОРАН на дому Заказ еды по телефону», с пометкой «реклама» выявлено распространение информации следующего содержания: *«Пиццерия «МАДРИД» Тел. 30-53-93 Пицца, ромлы, шаурма. Первые, вторые блюда, салаты. Бесплатная доставка всего меню. Адрес: ул.Веселовского, 59-2.»*. Такая информация по своему содержанию привлекает внимание неопределенного круга лиц к услугам пиццерии «Мадрид», формирует и поддерживает к ним интерес, тем самым способствует их продвижению на рынке, что по всем признакам соответствует понятию рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама -

информация, распространенная любым способом, в любой форме и с помощью 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования является деятельность пиццерии «Мадрид» по оказанию услуг общественного питания, в том числе услуг по бесплатной доставке производимой и реализуемой продукции.

В пиццерии «Мадрид» предпринимательскую деятельность осуществляет Индивидуальный предприниматель «...», что подтверждается договором аренды нежилого помещения, а также уведомлением о начале осуществления предпринимательской деятельности.

Следовательно, распространенной рекламой продвигаются услуги, оказываемые ИП «...», в том числе в связи с продажей продукции (доставка всего меню) дистанционным способом.

Пунктом 2 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» (далее - Правила продажи товаров дистанционным способом), определено, что «продажа товаров дистанционным способом» - продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо предоставленным на фотоснимках или посредством средств связи, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

Подпунктом а пункта 6 Правил продажи товаров дистанционным способом определено, что настоящие Правила не применяются в отношении работ (услуг), *за исключением работ (услуг), выполняемых (оказываемых) продавцом в связи с продажей товаров дистанционным способом.*

В соответствии со статьей 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 регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального

предпринимателя.

Согласно части 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

Однако, в тексте распространенной рекламы отсутствуют обязательные сведения о продавце продукции, доставляемой из пиццерии «Мадрид», а именно, отсутствуют: фамилия, имя, отчество продавца - Индивидуальный предприниматель «...», основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Вместе с тем, при очередной публикации рекламы пиццерии «Мадрид» с предложением о бесплатной доставке всего меню, размещенной в выпуске газеты «ТВ неделя Мордовии» № 16 (378) за 18 апреля 2012г. на 5-й полосе, в текст рекламы внесены сведения о продавце и о минимальной сумме заказа на доставляемую продукцию.

В письменном объяснении от 28.05.2012г., предоставленном в адрес Мордовского УФАС России, ИП «...» указала, что на момент распространения первоначального текста рассматриваемой рекламы не было установлено минимальной суммы заказа на доставку продукции, а условие о минимальной сумме заказа в размере 400 рублей (либо целой пиццы) было установлено 15.04.2012г.

Наряду с этим, на заседании Комиссии ИП «...» пояснила, что она не указала в рекламе сведений о минимальной сумме заказа на доставку продукции, поскольку не знала о требованиях рекламного законодательства, и при этом отметила, что до введения ограничений на сумму заказа ею доставлялась продукция на любую сумму заказа.

С учетом того, что в тексте рекламы, распространенной до 15.04.2012г., не содержатся сведения о минимальной сумме заказа и при этом отсутствует часть существенной для потребителей информации о действии рекламного предложения по доставке всего меню на любую сумму заказа до определенного срока, при наступлении которого возможность получения услуг по доставке продукции зависит от минимальной суммы заказа, такая реклама искажает смысл информации о безусловной возможности получения услуг по доставке продукции при любой сумме заказа и тем самым вводят в заблуждение потенциальные покупатели рекламируемых услуг.

В соответствии с частью 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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, реклама пиццерии «Мадрид» с предложением о бесплатной доставке всего меню, которая не содержит сведений о минимальной сумме заказа и в которой отсутствует часть существенной информации об условии доставки продукции на любую сумму заказа до определенного срока, а также отсутствуют обязательные сведения о продавце продукции, предлагаемой к

продаже дистанционным способом, нарушает требования части 7 статьи 5 и статьи 8 Федерального закона «О рекламе», в связи с чем такая реклама является ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, статьей 8 настоящего Федерального закона.

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 8 настоящего Федерального закона.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Распространение рекламы пиццерии «Мадрид» осуществляется с марта 2012 года в рамках договора на размещение рекламы, заключенного между ООО «Медиа Союз» и ИП «...», что также подтверждается актами выполненных работ по названному договору.

Из договорных отношений следует, что рекламодателем является ООО «Медиа Союз», а рекламопроизводителем - Индивидуальный предприниматель «...».

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

На момент рассмотрения настоящего дела допущенные нарушения устранены рекламопроизводителем и рекламодателем в добровольном порядке, в связи с чем не усматривается необходимости выдавать им предписания о прекращении нарушения требований части 7 статьи 5, статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

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 Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать *ненадлежащей* рекламу пиццерии «Мадрид» с предложением о бесплатной доставке всего меню, размещенную в выпуске газеты «ТВ неделя

Мордовии» № 15 (377) за 11 апреля 2012г. на 5-й полосе, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, статьи 8 Федерального закона «О рекламе», а именно, в такой рекламе, при отсутствии сведений о минимальной сумме заказа, отсутствовала часть существенной информации об условии доставки продукции на любую сумму заказа до определенного срока, а также отсутствовали обязательные сведения о продавце продукции: Индивидуальный предприниматель «...».

2. Не выдавать рекламодателю - Индивидуальному предпринимателю «...» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Не выдавать рекламораспространителю - Обществу с ограниченной ответственностью «Медиа Союз» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мордовского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении в отношении лиц, в действиях которых присутствует состав административного правонарушения, предусмотренный статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 05 июня 2012 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель Комиссии:

В.П.Шавензов

Члены Комиссии:

Л.В.Васенкина

О.В.Сиднева