

РЕШЕНИЕ

26 ноября 2013г.

г. Биробиджан

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

Председатель Комиссии:

ФИО – заместитель руководителя - начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы;

Члены Комиссии:

ФИО – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

ФИО - специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

в присутствии: лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – директора ООО «Ринг» ФИО,

рассмотрев материалы дела № 8/04-р по признакам нарушения требований статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»), выразившегося в размещении ненадлежащей рекламы товаров при дистанционном способе их продажи,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Еврейской автономной области с 7 по 10 ноября 2013 года установлен факт размещения рекламы пиццы «РИНГ», распространяемой на листовках на двери подъезда жилого дома по ул. Пионерская, 82, а также на опорах автобусной остановки «Шахматный клуб» по ул. Пионерской в г. Биробиджане.

Реклама следующего содержания:

«Пицца РИНГ теперь и с доставкой 8-924-645-4455, 8-924-648-4488».

Данная рекламная информация направлена на привлечение внимания потребителей к пицце, которую можно приобрести по указанному телефону доставки, то есть дистанционным способом.

В соответствии с пунктом 2 статьи 497 ГК РФ договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, 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, рассматриваемый договор характеризуется двумя отличительными признаками: отсутствие прямого непосредственного контакта потребителя с товаром либо его образцом до заключения договора и в момент его заключения, определение средств ознакомления с товаром: каталоги, буклеты, проспекты, фотоснимки, средства связи и так далее.

На основании пункта 2 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденным Постановлением Правительства РФ № 612 от 27.09.2007 г. (далее – Правила) 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 с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

Согласно пункту 20 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 этого 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.

Пунктом 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.

Согласно статье 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.

В вышеуказанных рекламах данная информация отсутствует.

Таким образом, реклама пиццы распространяется с нарушением статьи 8 ФЗ «О рекламе» и в соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» является ненадлежащей.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьи 8 несет рекламодатель и рекламораспространитель.

Установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем указанной рекламы является Общество с ограниченной ответственностью «Ринг» (679000, г. Биробиджан, ул. Пионерская, 62 «в»).

ООО «Ринг» имеет Свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц 28.09.2012, Свидетельство о постановке на учет юридического лица в налоговом органе по месту нахождения на территории Российской Федерации от 07.07.2006, ИНН .Приказом от 21.09.2012 директором ООО «Ринг» назначен ФИО.

Таким образом, рекламодателем указанной рекламы является ООО «Ринг».

В заседании Комиссии ФИО признал факт нарушения, нарушение допущено не преднамеренно должностным лицом ООО «Ринг» ФИО, которая по собственной инициативе распечатала и расклеила листовки с рекламой пиццы «Ринг». ФИО назначена на должность администратора кафе «Ринг» с испытательным сроком на 3 месяца. Между ООО «Ринг» и ФИО заключен Договор от 29.10.2013 г., на основании п. 1.2.7. указанного договора в обязанности ФИО входит планирование, организация и контроль эффективности рекламных мероприятий.

В связи с изложенным следует, что ООО «Ринг» нарушена статья 8 ФЗ «О рекламе» - размещение ненадлежащей рекламы товаров при дистанционном способе их продажи.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, пунктом 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу пиццы «РИНГ», распространяемую с 7 по 10 ноября 2013 года на двери подъезда жилого дома по ул. Пионерская, 82, а также на опорах автобусной остановки «Шахматный клуб» по ул. Пионерской в г.

Биробиджане.

2. Признать ООО «Ринг» нарушившим статью 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в связи с размещением ненадлежащей рекламы товаров при дистанционном способе их продажи.

3. Выдать ООО «Ринг» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

4. Передать материалы дела должностному лицу Еврейского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении должностного лица ООО «Ринг» ФИО

Решение изготовлено в полном объеме 26 ноября 2013года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).

Председатель Комиссии:

ФИО

Члены Комиссии:

ФИО

ФИО