

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть оглашена «20» сентября 2013 г.

Решение изготовлено в полном объеме «04» октября 2013 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Муравьев С.Е. — заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);

Члены Комиссии: Стрельников Д.Ю. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

Жукова Е.А. — ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

рассмотрев дело № 08-21/35-13, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Япошка-Сити» (адрес: 129343, г. Москва, ул. Амундсена, д. 12) (далее – ООО «Япошка-Сити») и в соответствии с письмом ФАС России от 19.09.2013 исх. № АК/36649/13 «О наделении полномочиями», с участием:

- представителей ООО «Япошка-Сити» - <...>, действующей на основании доверенности от 30.08.2013 № 514, <...>, действующей на основании доверенности от 19.09.2013 № 515;

- представителя Общероссийской общественной организации «Российское Авторское Общество» - <...>, действующего на основании доверенности от 28.12.2012 № 01/177,

извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела № 08-21/35-13,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение

Общероссийской общественной организации «Российское Авторское Общество» (далее – РАО) от 16.05.2013 г. исх. № 6-1-9/2439, зарегистрированное 21.05.2013 за вх. № 4596, о распространении в кафе «Япоша» (адрес: Московская область, г. Королев, пр. Королева, д. 6 Г) рекламных буклетов, содержащих информацию о доставке продукции кафе «Япоша», с признаками нарушения статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившимися в распространении рекламы товаров при дистанционном способе их продажи без указания сведений о продавце таких товаров.

Согласно представленным материалам, сотрудниками РАО 25.04.2013 г. в указанном кафе был получен рекламный буклет, содержащий фотоснимки продукции кафе «Япоша» и информацию о возможности его доставки покупателю.

Из объяснений ООО «Япошка-Сити» следует, что рассматриваемый рекламный буклет распространялся в рамках акции «Итальянские недели» введенной в действие приказом генерального директора ООО «Япошка-Сити» от 26.03.2013 № 90 в качестве дополнения к основному меню, и содержал информацию о новых блюдах, введенных в меню, их ценах, а также о дополнительной услуге по доставке блюд с указанием номера телефона доставки.

По мнению ООО «Япошка-Сити», при распространении рассматриваемых рекламных буклетов не было нарушено требование статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» об указании сведений о продавце товара, так как они распространялись на территории ресторанов «Япоша» среди его посетителей, которые имели возможность непосредственно ознакомиться с предлагаемым ассортиментом блюд, а также уточнить иные существенные для потребителя детали заказа.

Согласно позиции ООО «Япошка-Сити», при распространении рекламных материалов за пределами территории ресторанов «Япоша» в них указываются сведения о продавце рекламируемого товара.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

Рассматриваемый рекламный буклет представляет собой листовку с одним фальцем и содержит следующую информацию:

- на первой странице размещена информация, направленная на привлечение внимания к услуге, предоставляемой ООО «Япошка-Сити», а именно к круглосуточной доставке блюд ресторана «Япоша», сведения о номере телефона и адресе сайта в сети Интернет, воспользовавшись которыми потенциальный потребитель может оформить доставку товара, сведения о сумме минимального заказа, а также сведения о возможности получения подарка при заказе доставки на определенную сумму;

- на развороте размещены изображение и описание продукции (блюд) ресторана «Япоша»;

- на последней странице буклета размещена информация о местах нахождения ресторанов «Япоша».

Позиция ООО «Япошка-Сити» относительно того, что рассматриваемый рекламный буклет является частью основного меню и содержит информацию о новых блюдах, введенных в меню, их ценах справедлива только для части рекламного буклета, а именно для его разворота.

Вместе с тем, рекламный буклет является единым рекламным продуктом и в совокупности, информация, размещенная в рассматриваемом рекламном буклете, указывает на возможность приобретения указанной в буклете продукции дистанционным способом. Кроме того, указание в рекламе привлекательной информации о возможности получения подарков при заказе доставки продукции

ресторана «Япоша» («При заказе доставки от 1995 р. Ролл Цезарь в подарок / При заказе доставки от 2995 р. сет итальянский в подарок») направлено на формирование у потенциального потребителя желания воспользоваться услугой по доставке продукции ресторана «Япоша».

В соответствии с условиями акции «Итальянские недели», введенной в действие приказом генерального директора ООО «Япошка-Сити» от 26.03.2013 № 90, размещение рассматриваемых рекламных буклетов (карманных меню) осуществляется путем вложения в чек буки и/или в основное меню и/или на столах.

Таким образом, способ распространения рассматриваемых рекламных буклетов указывает на наличие у посетителей ресторана «Япоша» возможности взять с собой рекламный буклет и произвести заказ, находясь за пределами ресторана.

Порядок продажи товаров дистанционным способом регулируется Правилами продажи товаров дистанционным способом, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612 (далее - Правила).

В соответствии с абзацем 4 пункта 2 Правил, 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 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 розничной купли-продажи 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.

Учитывая изложенное, при заказе доставки продукции ресторана «Япоша» на основании ознакомления с описанием товара в рекламном буклете договор розничной купли-продажи считается заключенным с момента оформления соответствующего заказа и на момент заключения такого договора у потенциального потребителя отсутствует возможность непосредственного ознакомления с товаром либо образцом товара.

Согласно статье 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-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.

Таким образом, рассматриваемый рекламный буклет, в нарушение статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», не содержит сведений о продавце товаров: наименования, места нахождения и государственного

регистрационного номера записи о создании юридического лица.

На основании изложенного, при распространении рассматриваемой рекламы Комиссией установлен факт нарушения статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь 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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «Япошка-Сити» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

С.Е. Муравьев

Д.Ю. Стрельников

**Члены
Комиссии**

Е.А. Жукова

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«04» октября 2013 г.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Муравьев С.Е. — заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);

Члены Комиссии: Стрельников Д.Ю. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

Жукова Е.А. — ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

на основании своего решения от 04 октября 2013 г. по делу № 08-21/35-13 о признании ненадлежащей рекламы, размещавшейся в буклетах, содержащих информацию о доставке продукции ресторана «Япоша», без указания сведений о продавце таких товаров, в соответствии п. 1 ч. 2 ст. 33, ч.ч. 1, 3 ст. 36 Федерального закона «О рекламе», п.п. 44, 45 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,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Япошка-Сити» (адрес: 129343, г. Москва, ул. Амундсена, д. 12) в двухнедельный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно включить в рассматриваемую рекламу сведения о продавце рекламируемых товаров (наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица), либо прекратить распространение указанной рекламы.

2. Документальные подтверждения исполнения пункта 1 настоящего предписания в трехдневный срок после устранения нарушений представить в Московское областное УФАС России.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Московское областное УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса российской Федерации.

Председатель Комиссии

С.Е. Муравьев

**Члены
Комиссии**

Д.Ю. Стрельников

Е.А. Жукова