

РЕШЕНИЕ

По делу № 69/27-2012 по признакам нарушения Федерального закона «О рекламе»

22 марта 2012 года

г. Тула

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- >, рассмотрев дело № 69/27-2012 по признакам нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» в отсутствие индивидуального предпринимателя < --- >, уведомлен надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В рекламной брошюре суши-бар «Самурай» с ассортиментным перечнем товаров сообщается о дистанционном способе продажи: «Самурай суши-бар Доставка домой или в офис!!! Заказ по телефону 34-78-79, ул. Демидовская, д.119»

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального Закона «О рекламе», является рекламой.

Пунктом 2 Правил продажи товаров дистанционным способом (утв. Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007г. № 612), определено понятие «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 посредством средств связи, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

В рекламе, сообщающей о дистанционных способах продажи товаров (доставка суши, роллы, салаты, закуски и др.), отсутствуют установленные статьей 8 Федерального закона «О рекламе» сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственной регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (ИП < --- >).

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за данное нарушение несет рекламодатель – ИП < --- >.

Как следует из письменных пояснений (вх. № 1182 от 19.03.2012г.) ИП < --- >, печатная продукция суши-бара «Самурай» не носит рекламный характер, поскольку представляет собой уменьшенную копию меню данного бара. Информация, указанная в меню, предоставлена для удобства клиентов и была размещена при открытии ресторана.

Данный довод ИП < --- > не может быть принят во внимание.

Частью 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено понятие 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.

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 данном случае объектом рекламирования является суши-бар «Самурай», информация о котором распространялась посредством рекламной брошюры, размещаемой в том числе на столиках суши - бара «Самурай».

В указанной рекламной брошюре ИП < --- > отсутствует какое-либо наименование, в том числе «Меню», «Мини меню» и тд.

Сообщение в вышеуказанной рекламной брошюре «Доставка домой или в офис!!! Заказ по телефону 34-78-79 ул. Демидовская, д.119» подразумевает, что потребитель (клиент) может осуществить заказ товара (покупку товара дистанционным способом) не находясь в данном баре. Данная информация направлена на привлечение внимания неограниченного круга лиц к продукции суши-бара, способам ее реализации, т.е. целью настоящей брошюры является поддержание интереса к реализуемой суши-баром продукции.

Учитывая изложенное, руководствуясь пунктом 2 части 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 размещенную ИП < --- > в рекламной брошюре суши-бара «Самурай» (г. Тула, ул. Демидовская, д.119) рекламу, поскольку в ней нарушены требования статьи 8 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ИП < --- > предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства, а именно: внести в рекламную брошюру суши-бар «Самурай» информацию, предусмотренную статьей 8 Федерального закона «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении должностного лица индивидуального предпринимателя < --- > к административной ответственности по статье 14.3 Кодекса РФ.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.

ПРЕДПИСАНИЕ

22 марта 2012 года

г. Тула

Комиссия Тульского УФАС России по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- >, на основании своего решения от 22 марта 2012 года по делу № 69/27-2012 о признании ненадлежащей рекламы ИП < --- >, размещенной в рекламной брошюре суши-бар «Самурай», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона "О рекламе", пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. **Индивидуальному предпринимателю < --- > в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания** прекратить нарушение законодательства РФ о рекламе, а именно: внести в рекламную брошюру суши-бар «Самурай» изменения, предусмотренные статьей 8 Федерального закона «О рекламе».
2. **Индивидуальному предпринимателю < --- > представить в Тульское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания в трехдневный срок со дня его исполнения.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России (территориальный орган ФАС 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 арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации