РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена «29»июня 2012 г.

Решение в полном объеме изготовлено «11» июля 2012 г. г. Новосибирск

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

председатель Комиссии: Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: И.В. Волохина – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

И.Р. Носкова – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп – специалист-эксперт отдела рекламы,

Д.А. Былина– специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 56, возбужденное в отношении ИП Хомутова В.П., по факту распространения в марте 2012 г. на территории г. Новосибирска полиграфической печатной продукции - буклетов:

- «Студия суши ресторан доставки японской кухни 2092000» № 1 (в тонком исполнении, далее - буклет № 1);

- «Студия суши ресторан доставки японской кухни 2092000» № 2 (в объемном исполнении, далее - буклет № 2);

- «Студия Пиццы доставка пиццы 209-2000/299-7-992/3-750-760» (далее - буклет № 3), с признаками нарушения:

- ст. 8 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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,

- ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе: реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого

предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

в отсутствии ИП Хомутова В.П. (не явился, уведомлен надлежащим образом, заявлено ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствии, вх.№ 1698 э от 29.06.2012 г.),

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведенного Новосибирским УФАС России в марте 2012 г. мониторинга рекламной информации, содержащейся в полиграфической печатной продукции, распространяемой на территории г. Новосибирска, на предмет соблюдения требований Закона о рекламе, установлено распространение буклетов:

«Студия суши ресторан доставки японской кухни 2092000» № 1 (в тонком исполнении, далее - буклет № 1);

«Студия суши ресторан доставки японской кухни 2092000» № 2 (в объемном исполнении, далее - буклет № 2);

«Студия Пиццы доставка пиццы 209-2000/299-7-992/3-750-760» (далее - буклет № 3).

Согласно ст. 3 Закона о рекламе, 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;

товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В буклетах № 1,2,3 содержится информация о блюдах, которые можно заказать в предприятии общественного питания, действующем под брендом «Студия Суши» и «Студия Пиццы» (их вес, стоимость, состав, калорийность), напитках, указывается интернет-сайт www.2020700.ru и номер телефона, по которым можно сделать заказ, информация о времени приема заказов и стоимости, информация о стоимости заказа, осуществляемого в различные районы г. Новосибирска и пригорода, а также способы оплаты.

Таким образом, с учетом способа распространения, по своему содержанию, данная информация, содержащаяся в вышеуказанных буклетах, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования (ассортиментному перечню блюд и напитков оператора доставки готовых блюд действующего под брендом «Студия Суши» и «Студия Пиццы»), способствует продвижению его на рынке, реализации рекламируемой продукции, то есть в полной мере обладает всеми признаками рекламы.

На странице 11 буклета № 1 приводится информация о предлагаемом

ассортименте, в том числе пива, с изображением бутылок рекламируемой продукции, следующего содержания: «Пиво «Корона экстра» 0,33 120 руб./ Пиво «Асахи» 0,33 л. 150 руб./Пиво «Велкопоповиций козел» светлое темное 0,5 л. 50 руб./ Пиво «REDD S» яблочное, вишневое смородиновое 0,33 л. 60 руб.».

Согласно ч. 3 ст. 22 закона о рекламе, реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В рассматриваемом рекламном буклете отсутствует необходимая предупредительная надпись о вреде чрезмерного употребления пива, которая должна занимать не менее 10% рекламной площади (пространства), что указывает на нарушение ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

В соответствии с «Правилами продажи товаров дистанционным способом», утвержденными Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007г. №612, 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.

Согласно письменным пояснениям Директора ООО «Сури» (вх. № 2713 от 10.04.2012 г., рассматриваемые каталоги вкладываются в готовый заказ по запросам (заказам) покупателей, осуществляемым по телефонам, указанным в каталогах.

Продажа указанной в каталоге продукции осуществляется посредством размещения заказов покупателей на сайте или заказ можно сделать, непосредственно позвонив по телефонам, указанным в каталогах. Оплата за доставляемую продукцию осуществляется за наличный расчет (при передаче заказа покупателю) или безналичный расчет (на сайте с помощью платежных банковских карт).

Согласно ст. 8 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.

В рассматриваемых буклетах № 1,2,3 отсутствуют сведения, указание которых обязательно в силу ст. 8 Закона о рекламе, что указывает на нарушение данной

нормы Закона о рекламе.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ст.8, ч.3 ст.22 Закона о рекламе предусмотрена в отношении как рекламодателя, так и рекламораспространителя.

Согласно п.п.5,7 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу Договора №04/01 на изготовление полиграфической продукции от 10.01.2012 г., заключенного между ИП Хомутовым В.П. (заказчик) и ООО «Сити-пресс Бизнес» (исполнитель), заказчик поручает, а исполнитель обязуется изготовить своими силами и средствами полиграфическую продукцию в соответствии с условиями указанного Договора и соответствующими приложениями.

В соответствии с п.2.2 Договора, исполнитель приступает к изготовлению продукции только после подписания дополнительного соглашения заказчиком и исполнителем; подписания заказчиком оригинал-макетов и оплаты аванса, предусмотренного соответствующим Дополнительным соглашением.

Согласно п. 3.2 Дополнительного соглашения №6 на изготовление полиграфической продукции от 11.05.2010г., продукция изготавливается в полном соответствии с оригинал-макетами Продукции, согласованными заказчиком по заказу r68-042_sur_. Кроме того, в п.5.1 Договора указано, что исполнитель не несет ответственности за нарушение заказчиком Закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13.03.2006г.

Во исполнение Договора представлены Счет-фактура № 00000198 от 27.02.2012 г., Товарная накладная № 198 от 27.02.2012 г.

Согласно письменным пояснениям директора ООО «СУРИ», представленные Обществом каталоги были напечатаны в типографии ООО «Сити-пресс Бизнес» для ИП Хомутова В.П.

При этом, ООО «Сури» является изготовителем продукции под торговыми марками «Студия Суши» и «Студия Пиццы», а реализацию продукции данных торговых марок на территории Новосибирской области осуществляет ИП Хомутов В.П.

ООО «Сури», как изготовитель и владелец торговых марок «Студия Суши» и «Студия Пиццы» осуществляет общую рекламную поддержку продвижение брендов (в основном в сети Интернет). Изготовление и распространение печатной продукции в г. Новосибирске осуществляет ИП Хомутов В.П.

Следовательно, рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Хомутов В.П.

Таким образом, лицом, ответственным за нарушение требований ст.8, ч.3 ст.22 Закона о рекламе, является ИП Хомутов В.П.

На рассмотрение дела ИП Хомутов В.П. не явился. Представителем ИП Хомутова В.П. по доверенности от 25.06.2012 г. Умрихиным А.В. было заявлено ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствии, а также был признан факт наличия нарушения законодательства о рекламе.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ИП Хомутова В.П. нарушившим требования:

- ст. 8 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,

- ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе: реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства),

а информацию, размещенную в буклетах доставки еды «Студия Суши», распространяемых в марте 2012 г. на территории г. Новосибирска:

буклет № 1 (в тонком исполнении): «Студия суши ресторан доставки японской кухни 2092000», в том числе следующего содержания: «Пиво «Корона экстра» 0,33 120 руб./ Пиво «Асахи» 0,33 л. 150 руб./Пиво «Велкопоповиций козел» светлое темное 0,5 л. 50 руб./ Пиво «REDD S» яблочное, вишневое смородиновое 0,33 л. 60 руб.» (с изображением бутылок рекламируемой продукции);

буклет № 2 (в объемном исполнении): «Студия суши ресторан доставки японской кухни 2092000»;

буклет № 3 «Студия Пиццы доставка пиццы 209-2000/299-7-992/3-750-760», ненадлежащей рекламой.

2. Выдать ИП Хомутову В.П. предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии _____ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии _____ И.В. Волохина

_____ И.Р. Носкова

_____ Е.А. Скоп

_____ Д.А. Былина

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

11 июля 2012 г. г. Новосибирск

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления - начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: И.В. Волохина - главный специалист-эксперт отдела рекламы, И.Р. Носкова - ведущий специалист-эксперт отдела рекламы, Е.А. Скоп - специалист-эксперт отдела рекламы, Д. А. Былина - специалист-эксперт отдела рекламы, на основании своего решения от 11 июля 2012 г. по делу № 56, о признании рекламы размещенной в буклетах доставки еды «Студия Суши», распространяемых в марте 2012 г. на территории г. Новосибирска, ненадлежащей,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального

закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Хомутова В.П. в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований: - ст. 8 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

- ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе: реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства), в том числе рекламы, следующего содержания:

буклет № 1 (в тонком исполнении): «Студия суши ресторан доставки японской кухни 2092000», «Пиво «Корона экстра» 0,33 120 руб./ Пиво «Асахи» 0,33 л. 150 руб./Пиво «Велкопоповиций козел» светлое темное 0,5 л. 50 руб./ Пиво «REDD S» яблочное, вишневое смородиновое 0,33 л. 60 руб.» (с изображением бутылок рекламируемой продукции);

буклет № 2 (в объемном исполнении): «Студия суши ресторан доставки японской кухни 2092000»; буклет № 3 «Студия Пиццы доставка пиццы 209-2000/299-7-992/3-750-760».

2. ИП Хомутову В.П. представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до «30» июля 2012 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 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 статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.