

## РЕШЕНИЕ

17 августа 2010 года

г. Томск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии — руководитель управления В.И. Шевченко,

члены Комиссии — ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования Н.В. Базарова, старший специалист 2 разряда отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования Е.В. Чуклина,

рассмотрев дело № 06-11/52-10 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы блюд японской кухни при дистанционном способе их продажи, в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, представитель <...>;

без участия заявителя,

### УСТАНОВИЛА:

В Томское УФАС России обратился гражданин <...> о том, что в кинотеатре «Киномакс» распространяются рекламные буклеты «Цветущая Сакура», в которых содержится реклама о розничной продаже блюд японской кухни, а именно их заказа и последующей доставки. Информация о рекламодателе в буклетах отсутствует, что свидетельствует по мнению заявителя о нарушении требований статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

На заседании Комиссии по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе представитель индивидуального предпринимателя <...> пояснил, что рекламные буклеты печатались в г. Новосибирске на основании договора на изготовление полиграфической продукции от 01.05.2010 №12. Как правило, буклеты распространяются курьером, также заключен договор аренды площади для распространения рекламных материалов индивидуального предпринимателя с кинотеатром «Киномакс». Представитель пояснил, что в рекламу внесены изменения с целью недопущения нарушения ст.8 Федерального закона «О рекламе». На момент поступления в антимонопольный орган заявления о нарушении рекламного законодательства на стойке в «Киномаксе» было размещено сто буклетов, семьдесят из которых изъяты и исправлены. В настоящее время распространяются рекламные буклеты с пропечатанными типографским способом сведениями о продавце блюд японской кухни, ресторана доставки «Цветущая Сакура».

Рассмотрев материалы дела и приняв во внимание пояснения представителя индивидуального предпринимателя <...>, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с п.12 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 дело может быть возбуждено антимонопольным органом по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по заявлению физического или юридического лица.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе (далее – ФЗ «О рекламе», Закон) 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.

Информация, размещенная в рассматриваемых буклетах обладает всеми признаками рекламы, определенными пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе».

В рассматриваемом рекламном буклете содержится проиллюстрированный каталог блюд, призыв звонить и заказывать эти блюда, также содержится информация о времени приема заказов, скидках, акциях.

Дистанционным способом продажи товара в соответствии со статьей 497 Гражданского кодекса Российской Федерации признается продажа товара по договору розничной купли-продажи, заключаемому 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.

Согласно статье 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 номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В рассматриваемой рекламе необходимые сведения о продавце блюд японской кухни отсутствуют, что свидетельствует о нарушении требований ст.8 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, в рекламных буклетах, представленных заявителем на последней странице в разделе «Напитки» указаны различные наименования пива (Миллер, Бекс, Хольстен, Старопрамен, Саппоро), а также изображены бутылки с логотипами производителей пива.

В соответствии с ч.3 ст.22 Федерального 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 нарушение указанных требований в буклете отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьей 8, частью 3 статьи 22 Закона, несет рекламораспространитель.

Пункт 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определяет рекламораспространителя как лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из положений договора от 01.05.2010 №12 на изготовление полиграфической продукции, письменных пояснений ИП <...> от 27.07.2010, пояснений индивидуального предпринимателя, рекламного буклета, представленного индивидуальным предпринимателем на рассмотрение дела, рекламораспространителем буклетов с рекламой «Ресторана доставки «Цветущая Сакура» является индивидуальный предприниматель <...>.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не

соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

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 рекламу блюд японской кухни «Ресторана доставки «Цветущая Сакура», которая распространялась в мае 2010 года с использованием рекламных буклетов, поскольку в ней нарушены требования статьи 8, части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 23 августа 2010 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии  
Шевченко

В.И.

Члены Комиссии

Н.В. Базарова

Е.В. Чуклина

# ПРЕДПИСАНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии — руководитель управления В.И. Шевченко,

члены Комиссии — ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования Н.В. Базарова, старший специалист 2 разряда отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования Е.В. Чуклина, на основании своего решения от 17 августа 2010 года по делу № 06-11/52-10 о признании ненадлежащей рекламы блюд японской кухни «Ресторана доставки «Цветущая Сакура» при дистанционном способе продажи товара, которая распространялась в мае 2010 года с использованием рекламных буклетов с нарушением статьи 8, части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», 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 <...> ИНН 701714918502, ОГРН 310701711600075 **в 10-дневный срок со дня получения настоящего предписания** прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение буклетов с рекламой пива без предусмотренного частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива.

2. ИП <...>. представить в Томское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 10 сентября 2010 года**.

В случае неисполнения в установленный срок предписания антимонопольного органа Томское 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 до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии  
Шевченко

В.И.

Члены Комиссии

Н.В. Базарова

Е.В. Чуклина