

РЕШЕНИЕ

05 июня 2012 года
3/1

г. Саранск, ул.Московская,

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

председатель Комиссии: Ш – заместитель руководителя – начальник отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг,

члены Комиссии: В. - главный специалист - эксперт отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг, С - старший специалист 3 разряда отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг,

рассмотрев 01 июня 2012 года дело № 151/8-р по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в выпуске журнала «Антенна - Телесемь. Саранск» № 17 (574) за 16/22 апреля 2012г. на стр.2 рекламы сети пиццерий «Милано» с предложением о бесплатной доставке, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5 и статьи 8 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии представителей:

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

Индивидуального предпринимателя «...» место осуществления предпринимательской деятельности: г.Саранск, ул.Коммунистическая, 59а), интересы которой представляет Чашин В.А. по доверенности,

Общества с ограниченной ответственностью «Медиа Союз» (сокращенное наименование: ООО «Медиа Союз»; место нахождения: 430005, РМ, г. Саранск, ул. Большевикская, 60, 7 эт.), интересы которого представляет Морозова Е.А. по доверенности,

УСТАНОВИЛА:

Мордовским УФАС России в процессе плановой выездной проверки, проведенной в отношении ООО «Медиа Союз», в выпуске журнала «Антенна - Телесемь. Саранск» № 17 (574) за 16/22 апреля 2012г. на стр.2 с пометкой «реклама» выявлено распространение информации следующего содержания: *«Сеть пиццерий МИЛАНО 21-26-26, 210-210 Пицца, суши, роллы, горячие блюда БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА г. Саранск, ул. Коммунистическая, 59 а (через дорогу от Главпочтамта); пр. Ленина, 18», сопровождаемая иллюстрацией эмблемы «МИЛАНО пицца».* Такая информация по своему содержанию привлекает внимание неопределенного круга лиц к услугам сети пиццерий «Милано», формирует и поддерживает к ним интерес, тем самым способствует их продвижению на рынке, что по всем признакам соответствует понятию рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с помощью 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования является деятельность сети пиццерий «Милано» по оказанию услуг общественного питания, в том числе услуг по бесплатной доставке производимой и реализуемой продукции.

В пиццерии «Милано» (г. Саранск, ул.Коммунистическая, 59А) предпринимательскую деятельность осуществляет Индивидуальный предприниматель «...», что подтверждается договором субаренды нежилого помещения.

ИП «...» использует в своей предпринимательской деятельности, в том числе в рекламе, коммерческое обозначение «Милано» и эмблему «МИЛАНО пицца», правообладателем которых является ООО «Милано». Такое использование правомерно в силу соглашения партнёрского сотрудничества, заключенного между ООО «Милано», ООО «Мир Общепита», ИП «...», ИП «...» и ИП «...», а также в силу дополнительного соглашения к соглашению партнёрского сотрудничества.

В рамках партнёрских отношений ИП «...» также вправе продвигать услуги партнёров, в том числе однородные услуги ИП «...», осуществляющей предпринимательскую деятельность в пиццерии «Милано» (г.Саранск, пр.Ленина, 18).

Следовательно, распространенной рекламой под брендом «сеть пиццерий Милано» продвигаются услуги, оказываемые ИП «...» и ИП «...», в том числе в связи с продажей продукции сети пиццерий «Милано» (доставка) дистанционным способом.

Пунктом 2 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» (далее - Правила продажи товаров дистанционным способом), определено, что «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 предоставленным на фотоснимках или посредством средств связи, или иными способами, исключающими возможность

непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

Подпунктом а пункта 6 Правил продажи товаров дистанционным способом определено, что настоящие Правила не применяются в отношении работ (услуг), *за исключением работ (услуг), выполняемых (оказываемых) продавцом в связи с продажей товаров дистанционным способом.*

В соответствии со статьей 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 регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В письменном объяснении от 31.05.2012г., предоставленном в адрес Мордовского УФАС России, ИП «...» указала, что в пиццерии «Милано» (г.Саранск, ул.Коммунистическая, 59А) диспетчер принимает по телефону заявку на доставку и предупреждает покупателя, что минимальная сумма заказа должна составить 300 рублей, после чего формируется заказ и осуществляется доставка по адресу, указанному в заказе.

Предоставленные объяснения принимаются как подтверждение того, что доставку продукции сети пиццерий «Милано» осуществляет ИП «...» на условии минимальной суммы заказа в размере 300 рублей.

Однако, в тексте распространенной рекламы отсутствуют обязательные сведения о продавце продукции, доставляемой из сети пиццерий «Милано», а именно, отсутствуют: фамилия, имя, отчество продавца - Индивидуальный предприниматель «...», основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Вместе с тем, в распространенной рекламе отсутствует часть существенной информации о минимальной сумме заказа на доставку, что искажает смысл информации о безусловной возможности получения услуг по доставке продукции на любую сумму заказа и тем самым вводятся потенциальные покупатели в заблуждение.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, реклама сети пиццерий «Милано» с предложением о бесплатной доставке, в которой отсутствует часть существенной информации об условии доставки продукции при минимальной сумме заказа 300 рублей, а также отсутствуют обязательные сведения о продавце продукции, предлагаемой к продаже дистанционным способом, нарушает требования части 7 статьи 5 и статьи 8 Федерального закона «О рекламе», в связи с чем такая реклама является

ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, статьей 8 настоящего Федерального закона.

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 8 настоящего Федерального закона.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Распространение рекламы сети пиццерий «Милано» осуществляется с мая 2011 года в рамках договора, заключенного между ООО «Медиа Союз» и ИП «...», что также подтверждается актами выполненных работ по названному договору.

Из договорных отношений следует, что рекламораспространителем является ООО «Медиа Союз», а рекламодателем - Индивидуальный предприниматель «...».

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

На момент рассмотрения настоящего дела в рекламу сети пиццерий «Милано» с предложением о бесплатной доставке внесены сведения о продавце и о минимальной сумме заказа на доставляемую продукцию, что подтверждается публикацией такой рекламы в выпуске журнала «Антенна - Телесемь. Саранск» № 18 (575) за 23/29 апреля 2012г. на стр.2.

С учетом того, что рекламодатель и рекламораспространитель устранили нарушение в добровольном порядке до вынесения решения по существу, не усматривается необходимости выдавать предписания о прекращении нарушения требований части 7 статьи 5, статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь частью 2 пункта 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 сети пиццерий «Милано» с предложением о бесплатной доставке, размещенную в выпуске журнала «Антенна - Телесемь. Саранск» № 17 (574) за 16/22 апреля 2012г. на стр.2, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, статьи 8 Федерального закона «О рекламе», а именно, в такой рекламе отсутствовали существенные сведения о минимальной сумме заказа на доставку продукции сети пиццерий «Милано», а также отсутствовали обязательные сведения о продавце продукции: Индивидуальный предприниматель «...».
2. Не выдавать рекламодателю - Индивидуальному предпринимателю «...» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Не выдавать рекламораспространителю - Обществу с ограниченной ответственностью «Медиа Союз» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мордовского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении в отношении лиц, в действиях которых присутствует состав административного правонарушения, предусмотренный статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 05 июня 2012 года.

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

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии: