

РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 4-05/8 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения требований пункта 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», выразившегося в распространении рекламы, содержащей несоответствующие действительности сведения о размере скидок в кофейне «Ла Вита»,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного контроля за соблюдением законодательства РФ о рекламе отделом рекламы и недобросовестной конкуренции 29 декабря 2008 года отслежена реклама кофейни «Ла Вита», размещенная в оконных проёмах кофейни по адресу: г. Хабаровск, ул. Муравьева-Амурского, 9, следующего содержания: «Скидки от «Ла Виты» на все торты 25%».

Согласно информации, размещенной в уголке потребителей и на вывеске, торговую деятельность в указанной кофейне осуществляет ИП Кольга,

В целях проверки достоверности размещаемой в кофейне «Ла Вита» рекламы в адрес ИП Кольга сделан запрос от 30.12.2008 исх. № 01/5-6205.

В соответствии с ответом ИП Кольга, от 15.01.2009 б/н плакаты с рекламой размещались в период с 22.12.2008 по 05.01.2009.

Приказом директора крем кафе «Ла Вита» об изменениях цен на реализуемую продукцию от 19.12.2008 снижение цен на кондитерскую продукцию введено с 19.12.2008 следующим образом.

Ассортимент кондитерской продукции в предновогодний период в кафе «Ла Вита»			
Название	Цена	Цена	Скидка
Торты целые	До скидки	После скидки	Снижение в %
Донна Анна	400	400	0
Йогуртовый	400	300	25
Клубничный	400	300	25
Кофейный	400	300	25
Крем-Брюле	300	300	0
Слаутич	350	300	14
Сметанный	450	400	11
Тит-Бит	400	300	25
Шерг	450	300	33
Шпилька	400	300	25
Торты нарезки			
Абрикотин	80	60	25
Банановый	70	50	29
Бейлис	80	60	25
Два шоколада	80	60	25

Донна Анна	70	50	29
Танго	80	60	25
Миледи	70	50	29
Славутич	70	50	29
Сметанный	80	70	13
Фисташковый	80	60	25
Шерг	60	50	17
Шок. трюфельный	80	60	25

Сравнение цен на торты (целые и нарезки), действовавшие до акции и после, показало, что торты «Донна Анна» и «Крем-Брюле» реализовывались по прежней цене без скидки, цена на торт «Славутич» снижена на 14%, а на «Сметанный» лишь на 11%.

Среди тортов нарезок скидка в размере 25% не распространялась на «Сметанный» (снижение на 13%) и на «Шерг» (снижение на 17%).

Таким образом, рекламируемая 25% скидка на все торты в кофейне «Ла Вита» документально не подтверждена и является недостоверной.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, **размере скидок**, тарифов и других условиях приобретения товара.

В ходе рассмотрения дела ИП Кольга вину признала, раскаявшись в непреднамеренном совершении нарушения, пояснив следующее.

Акция проводилась впервые, рекламу составили некорректно по неопытности. Размер скидок определили совокупно, сложив все имеющиеся скидки и выведя средний результат. На ряд продукции скидку не смогли предоставить из-за повышения цен на сырье. Фактически целью было не предоставление скидок, а снижение цен, которые до настоящего времени остались на прежнем уровне.

Согласно пункту 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение частей 2-8 статьи 5 несёт рекламодатель, лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы.

Рекламодателем, осуществившим размещение указанной рекламы, является ИП Кольга.

Таким образом, ответственность за нарушение пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», возлагается на ИП Кольга.

Реклама в указанных частях признается ненадлежащей.

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 «Скидки от «Ла Виты» на все торты 25%», размещавшуюся в оконных проёмах кофейни по адресу: г. Хабаровск, ул. Муравьева-Амурского, 9, поскольку в ней нарушены требования пункта 4

части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе индивидуальному предпринимателю Кольга не выдавать в связи с добровольным прекращением распространения ненадлежащей рекламы до рассмотрения дела.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации.

Решение изготовлено в полном объеме 20 февраля 2009 года.

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