

Решение

21 сентября 2010г.

Г. Новосибирск

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

Председатель комиссии: н. П. Камнева – и. О. Заместителя руководителя управления – начальника отдела рекламы,

Члены комиссии: ю. В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

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

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

Рассмотрев дело №63 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении общества с ограниченной ответственностью «Геон» (юридический адрес: 630008, г. Новосибирск, ул. Никитина, д.86, инн 5405234327) по факту распространения рекламной информации о проведении акции «каждому имениннику ужин в подарок» в ресторане «шелковый путь» посредством размещения на баннере при входе в ресторан и на сайте www.restoran.cfl.ru/silk-way с признаками нарушения:

- п.2 ч.3 ст.5 федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «о рекламе» (далее – закон «о рекламе»): недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

- ч.7 ст.5 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;

- ст.9 закона «о рекламе», в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения,

В присутствии представителя заявителя: а. Ю. Калинин, не явился, уведомлен

надлежащим образом,

Лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения закона «о рекламе»: ооо «геон»: представитель по доверенности №07-юр от 24.09.2010г. «...»,

Установила:

В новосибирское уфас россии поступило заявление а. Ю. Калинина (вх. №1235э от 05.07.2010г.) В отношении ресторана «шелковый путь» по факту распространения информации с нарушением федерального закона от 13.03.2006г. №38-фз «о рекламе» (далее – закон «о рекламе»).

Новосибирским уфас россии проведена проверка, в результате которой установлено следующее.

По адресу: г. Новосибирск, ул. Танковая, д.72 находится ресторан «шелковый путь». Перед входом в ресторан располагается баннер следующего текстового содержания: «каждому имениннику подарок ароматный кальян и музыкальное поздравление при заказе банкета от 7 человек ужин для именинника бесплатно» с изображением образа девушки и кальяна.

По адресу в сети интернет www.restoran.cfl.ru/silk-way на главной странице «ресторан «шелковый путь» размещена ссылка – «спецпредложения для гостей ресторана». По данной ссылке размещены специальные предложения «пикник на вынос!», «летнее меню!», «ресторан «шелковый путь» для именинников подготовил приятный сюрприз!», «подарочный сертификат от ресторана «шелковый путь».

Специальное предложение «ресторан «шелковый путь» для именинников подготовил приятный сюрприз!» содержит следующую информацию: «ресторан «шелковый путь» поздравляет всех новосибирцев с новым годом и рождеством и приглашает вас в гости! А специально для именинников ресторан подготовил приятный сюрприз! Каждый, кто придет отметить свой день рождения у нас, получит щедрые подарки от ресторана: ароматный кальян и музыкальное поздравление в исполнении наших музыкантов.

А если веселых друзей с вами будет больше семи, то для виновника торжества ужин – бесплатно!».

При этом под текстом находится макет, аналогичный по содержанию баннеру, размещенному при входе в ресторан «шелковый путь».

В соответствии со 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.

Следовательно, вышеуказанная информация является рекламой, т.к. Отвечает всем требованиям определения рекламы. Объектом рекламирования в данном случае является услуга, оказываемая рестораном «шелковый путь» в рамках акции «каждому имениннику ужин бесплатно».

Новосибирским УФАС России у ресторана «шелковый путь» были запрошены следующие документы:

- документы, подтверждающие фактическое оказание услуг по акции «каждому имениннику ужин бесплатно» в период действия данной акции;
- полное описание условий акции, утвержденное уполномоченным лицом;

В отношении информации, размещенной на сайте www.restoran.cfl.ru/silk-way:

- способы распространения информации о проведении акции «каждому имениннику ужин бесплатно»;
- информацию о лице, определившей содержание рекламы;
- документы, являющиеся основанием для разработки и дальнейшего использования указанного сайта (договоры с провайдером либо другим лицом со всеми приложениями, заявки, платежно-расчетные документы и т.д.);

В отношении информации, размещенной при входе в ресторан «шелковый путь»:

- утвержденный и согласованный для размещения макет рекламной информации (баннер) о вышеуказанной акции, размещающейся на входе в ресторан «шелковый путь»;
- соответствующие документы на изготовление вышеуказанного баннера (договор и изготовителем, акты выполненных работ);
- копию из журнала учета информации о проводимом ужине, в частности, 3 июля 2010 г., с указанием фамилии заказчика и количестве человек (гостей);
- копию меню ресторана «шелковый путь»;
- свидетельство о государственной регистрации юридического лица, выписку из егрюл либо учредительные документы, а также документальное подтверждение полномочий руководителя.

Из документов, представленных ООО «Геон» (в ответ на запросы Новосибирского УФАС России) следует, что содержание рассматриваемой рекламы было утверждено руководителем – генеральным директором ООО «Геон» В. Н. Богдановым (действует на основании устава общества, протокола №1 годового общего собрания участников общества). Баннер был изготовлен по договору подряда №2 от 01.02.2009г. Изготовление данного баннера было оплачено также ООО «Геон» (л.д.72,73).

Согласно описанию условий акции «каждому имениннику ужин бесплатно», данная акция проводится с 01.01.2010г. По 01.12.2010г., акция проводится с целью привлечения дополнительных посетителей, участвовать в акции имеют право только физические лица. Акция распространяется на гостей, отмечающих свой день рождения в ресторане «шелковый путь», при количестве, превышающем семь человек. Сумма вознаграждения рассчитывается в соответствии со следующими правилами: сумма заказанного банкета делится на количество гостей (не менее семи), полученная цифра переводится в процентное соотношение, и гость получает

эту скидку на всю сумму банкета (например: сумма банкета – 35 000, количество гостей – 7 человек. $35000/7=5000$, $5000 – это 14\%$ от 35000, т.е. Скидка гостям равна 14%:).

Заявителем указано, что общая сумма чека, во время посещения ресторана «шелковый путь», составила 8 877,00 рублей. Скидка составила – 443,85 рубля, что составило 5% от общей суммы.

Согласно «толковому словарю русского языка» (с. И. Ожегова и н. Ю. Шведовой), ужин – вечерняя еда, пища, приготовленная для вечерней еды. Еда – то же, что и пища. Пища – то, что едят, чем питаются. Таким образом, условие «ужин для именинника бесплатно», заявленное в рекламе, нельзя считать тождественным скидке, фактически предоставляемой при оплате счета по условиям акции.

В соответствии с п.2 ч.3 ст.5 закона «о рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии с ч.7 ст.5 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, содержащаяся в рекламе информация о бесплатном ужине для именинника не является достоверной, т.к. Именинник получает не ужин в подарок, как заявлено в рекламе, а скидку при оплате счета в процентном выражении в зависимости от общей суммы чека. Данная информация для потребителей является существенной, при этом в рекламе отсутствует.

Кроме того, согласно условиям акции «каждому имениннику ужин бесплатно», участниками акции автоматически становятся гости, которые в период проведения акции празднуют свой день рождения в ресторане «шелковый путь», если их количество в одной компании превышает семь человек. При этом в рекламе указано конкретное условие предоставления «ужина имениннику бесплатно»: «... при заказе банкета от 7 человек...».

Следовательно, в правилах проведения акции присутствует причина, побуждающая человека принять участие, в результате чего получить поощрение. Но при этом необходимо соблюсти условие приобретения услуги, оказываемой рестораном «шелковый путь», а именно заказать банкет от 7 человек.

Согласно ст.9 закона «о рекламе», в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его

проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Данная информация в рекламе отсутствует, что указывает на признаки нарушения закона «о рекламе».

За нарушение требований п.2 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5, ст.9 закона «о рекламе», ответственность несет рекламодаделец, т.е. Ооо «геон».

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 рекламную информацию о проведении акции «каждому имениннику ужин в подарок» в ресторане «шелковый путь» посредством размещения на баннере при входе в ресторан и на сайте www.restoran.cfl.ru/silk-way ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования:

- п.2 ч.3 ст.5 федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «о рекламе» (далее – закон «о рекламе»): недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

- ч.7 ст.5 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;

- ст.9 закона «о рекламе», в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения,

А общество с ограниченной ответственностью «геон» (юридический адрес: 630008, г. Новосибирск, ул. Никитина, д.86, инн 5405234327), нарушившим п.2 ч.3, ч.7 ст.5, ст.9 федерального закона «о рекламе».

2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «геон» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 кодекса российской федерации

об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 23.09.2010г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 арбитражного процессуального кодекса российской федерации.

Председатель комиссии _____н. П. Камнева

Члены комиссии _____ю. В. Виногорова

_____е. А. Скоп

_____и. Р. Носкова

Предписание

О прекращении нарушения законодательства рф о рекламе

21 сентября 2010г.

Г. Новосибирск

Комиссия новосибирского уфас россии по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель комиссии: н. П. Камнева – и. О. Заместителя руководителя управления – начальника отдела рекламы,

Члены комиссии: ю. В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

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

е. В. Сафронова – специалист-эксперт отдела рекламы,

На основании своего решения от 21 сентября 2010г. По делу №62 в отношении общества с ограниченной ответственностью «аквасервис» (630501, новосибирская область, новосибирский район, р.п. Краснообск, д.221, инн 5433178160) о признании рекламной информации, содержащейся в буклетах «меню искушений! Хабакири доставка блюд японской и китайской кухни», распространявшихся в июне 2010г., в том числе информации следующего содержания: «hoegaarden пиво 0,5л 65.- (с изображением стеклянной бутылки) holsten пиво 0,33л 60.- (с изображением стеклянной бутылки) velkoropovicky kozel svetly пиво 0,5л 70.- (с изображением стеклянной бутылки) miller midnight black lager пиво 0,33л miller

genuine drafft пиво 0,33л 70.- (с изображением стеклянной бутылки) grolsch пиво 0,33л 115.- (с изображением стеклянной бутылки) redd's пиво 0,33л redd's dark passion пиво (смородина) 0,33л redd's velvet fire пиво (вишня) 0,33л 75.-», ненадлежащей рекламой,

И 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», пунктами 44, 45 правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства российской Федерации о рекламе,

Предписывает:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «аквасервис» в течение 5 (пяти) календарных дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «о рекламе», а именно, не допускать распространения рекламы с нарушением:

- ст.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;

- 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 т.ч. Рекламной информации следующего содержания: «hoegaarden пиво 0,5л 65.- (с изображением стеклянной бутылки) holsten пиво 0,33л 60.- (с изображением стеклянной бутылки) velkoropovicky kozel svetly пиво 0,5л 70.- (с изображением стеклянной бутылки) miller midnight black lager пиво 0,33л miller genuine drafft пиво 0,33л 70.- (с изображением стеклянной бутылки) grolsch пиво 0,33л 115.- (с изображением стеклянной бутылки) redd's пиво 0,33л redd's dark passion пиво (смородина) 0,33л redd's velvet fire пиво (вишня) 0,33л 75.-»,

2. Обществу с ограниченной ответственностью «аквасервис» представить в новосибирское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 15 октября 2010г.

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.

Председатель комиссии _____ н. П. Камнева

Члены комиссии _____ ю. В. Виногорова

_____ е. А. Скоп

_____ е. В. Сафронова

Правила продажи товаров дистанционным способом также соотносят момент заключения договора с моментом выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, но предлагают еще и другую точку отсчета "заключения" договора: с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар (ст. 20 правил продажи товаров дистанционным способом).

Предложение товара при осуществлении дистанционной торговли также осуществляется путем визуальной демонстрации образцов товара (например, по телевизору в телемагазине), предоставлением сведений о продаваемых товарах (описаний, каталогов, фотоснимков товаров и т.п.). Все вышеназванные действия в соответствии со ст. 494 гк рф признаются публичной офертой продавца, то есть предложением купить товар, сделанным неопределенному кругу лиц.

Продавец обязан заключить договор с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар, предложенный в его описании. Продавец обязан информировать покупателя о сроке, в течение которого действует предложение о продаже товара дистанционным способом.