

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 06-122/15

о назначении административного наказания

«15» октября 2015 г.
Новосибирск

г.

Я, и.о.заместителя руководителя - начальника отдела рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области И.В. Волохина, рассмотрев протокол № 06-122/15 от «25» сентября 2015 г. об административном правонарушении и материалы административного дела, возбужденного в отношении директора ООО «Саппоро» "...", по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 29.4 КоАП РФ,

в присутствии: директора ООО «Саппоро» «...»

УСТАНОВИЛ:

В рамках наблюдения за выполнением обязательных требований Закона о рекламе Новосибирским УФАС России установлено следующее.

На стр. 26-27 журнала «Парад. Бердск. Журнал о лучшем» № 1 февраль 2015 г. размещалась информация следующего содержания:

«Аригато Ресторан _ Приглашаем в ресторан японской КухНИ_www. www.arisushi.ru _ «Аригато» Для вечеринки - самое то! _ заказ столиков по телефону «...»_ Заказы на доставку блюд японской кухни принимаются по тел.: «...»_ г. Бердск, ул. Попова, 9а_ Праздничные блюда от «Аригато»_мастер-класс с поваром Русланом Ахтамовым по приготовлению фруктовых роллов и тортильи_ Фруктовые роллы_ Ингредиенты: сладкий блинчик, сладкий сливочный сыр, банан, груша ,киви_ Приготовление_ блинчик поместить на бамбуковый коврик и равномерно покрыть сырной массой_ Сверху выложить очищенную и порезанную грушу, банан и киви_ Свернуть сначала в рулет. Затем придать прямоугольную форму_ Разрезать сначала на 3 части, затем наискосок, чтобы получились треугольники_ Готовые роллы выложить на блюдо, красить клубничным сиропом _ Тортилья с курицей_ Ингредиенты: пшеничная лепешка-тортилья, сливочный сыр, отварная курица, помидоры бланшированные без мякоти, салат_ Приготовление_ Распределить по поверхности лепешки сыр_ На лепешку выложить отварную курицу, помидоры, салат_ Свернуть в рулет. Затем с помощью коврика придать форму прямоугольника_ Аккуратно разрезать на восемь частей_ Выложить"на тарелку, украсить имбирем и васаби...», с изображением блюд.

Согласно п.1 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.

Указанная информация по своему содержанию и форме направлена на привлечение внимание неопределенного круга лиц к объекту рекламирования

(юридическом лице, осуществляющему деятельность по организации общественного питания японской кухни под обозначением «Аригато», услуге по доставке готовых блюд), что отвечает всем критериям понятия «реклама», указанного в Законе.

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 (дистанционный способ продажи товара).

В силу 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.

В силу п. 3 ст. 497 Гражданского кодекса Российской Федерации, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором, договор розничной купли-продажи товара по образцам или договор розничной купли-продажи, заключенный дистанционным способом продажи товара, считается исполненным с момента доставки товара в место, указанное в таком договоре, а если место передачи товара таким договором не определено, с момента доставки товара по месту жительства покупателя-гражданина или месту нахождения покупателя - юридического лица.

Момент заключения договора розничной купли-продажи определен в статье 493 Гражданского кодекса Российской Федерации, согласно которой, если иное не предусмотрено законом или договором розничной купли-продажи, в том числе условиями формуляров или иных стандартных форм, к которым присоединяется покупатель, договор розничной купли-продажи считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара.

В п. 2 ст. 26.1 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" закреплено, что продавцом до заключения договора должна быть предоставлена потребителю информация об основных потребительских свойствах товара, об адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании (наименовании) продавца (изготовителя), о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора. А согласно пункту 4 названной статьи при дистанционном способе продажи товара потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара - в течение семи дней.

Согласно пояснениям ООО «Саппоро» о процессе доставки заказа потребителю,

он состоит из следующих этапов:

1. Потребитель производит заказ по телефону («...»)
2. Администратор ООО «Саппоро» принимает заявку и сообщает потребителю стоимость заказа, время ожидания и заносит заказ в программу (R-keeper) с указанием адреса доставки;
3. Администратор передает заказ (пред-чек) на производство;
4. Согласно пред-чека горячий цех и суши цех производят блюда;
5. После приготовления, блюда укладываются в индивидуальную упаковку (ланч-бокс);
6. Администратор выписывает товарную накладную (ТН) и чек;
7. Упакованный заказ с чеком и ТН передается водителю-экспедитору;
8. Водитель-экспедитор, согласно указанному адресу, доставляет заказ потребителю, и передает его вместе с ТН и чеком.

Таким образом, в данном случае у потребителя отсутствует прямой, непосредственный контакт с товаром либо его образцом до заключения договора, ознакомление товара происходит посредством изучения каталога, буклета, проспекта, фотоснимков, средств связи, в том числе на Интернет-сайте, указанном в рекламе (www.arisushi.ru). Заказы поступают по телефону, диспетчер принимает заказ и уточняет его, и уже после приготовления заказ отвозится водителем доставки. Оплачивается заказ при получении.

Указанное свидетельствует о том, что при заказе товара с доставкой у покупателя отсутствует возможность непосредственного ознакомления с товаром либо образцом товара при заключении договора купли-продажи.

Следовательно, в рассматриваемой рекламе отсутствуют сведения, указание которых обязательно в силу ст. 8 Закона о рекламе.

На рассмотрение дела представитель ООО «Саппоро» согласился с наличием нарушения указанной нормы Закона о рекламе.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ст.8 Закона о рекламе несет рекламодатель.

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

На запрос антимонопольного органа ООО «Издательский дом «Букъвица» были представлены документы и пояснения (вх. № 2441 от 18.03.2015 г.), согласно которым СМИ журнал «Парад. Бердск. Журнал о лучшем» зарегистрировано Роскомнадзором по Сибирскому федеральному округу на основании Свидетельства ПИ № ФС 12 - 1099 от 07.11.2006 г.

Рекламная информация ресторана японской кухни «Аригато» размещалась на основании Договора № 15 на информационное и рекламное обслуживание от 12.01.2015 г., заключенного между ООО «Издательский дом «Букъвица» (исполнитель) и ООО «Саппоро» (заказчик), по которому заказчик поручает, а

исполнитель обязуется публиковать по заданию заказчика в журнале «Парад. Бердск. Журнал о лучшем» рекламно-информационный материал и сдавать результаты работ заказчику.

Ответственность за нарушение требований законодательства о рекламе возложена на заказчика в силу п.4.1 указанного договора. Во исполнение договора от 12.01.2015 г. ООО «Издательский дом «Букъвица» представлены: Акт № 000177 от 29.01.2015 г., по которому заказчик претензий по объему, качеству и срокам оказанных услуг претензий не имеет; утвержденный директором ООО «Саппоро» Ахметовым А.Ю. макет рекламной информации).

Таким образом, с учетом изложенного, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Саппоро».

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

Решением Комиссии Новосибирского УФАС России от 25.09.2015 г. ООО «Саппоро» (ИНН 5404426964, КПП 540401001, ОГРН 1105476095009 от 09.12.2010г., адрес: пр-т К. Маркса, д. 30, г. Новосибирск, 630073 признано 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,

а информация, размещенная на стр. 26 -27 журнала «Парад. Бердск. Журнал о лучшем» № 1 февраль 2015 г. следующего содержания:

"Аригато Ресторан _ Приглашаем в ресторан японской Кухни www.arisushi.ru «Аригато» Для вечеринки - самое то! _ заказ столиков по телефону «...» _ Заказы на доставку блюд японской кухни принимаются по тел.: «...» _ г. Бердск, ул. Попова, 9а _ Праздничные блюда от «Аригато» _ мастер-класс с поваром Русланом Ахтамовым по приготовлению фруктовых роллов и тортильи _ Фруктовые роллы _ Ингредиенты: сладкий блинчик, сладкий сливочный сыр, банан, груша ,киви_ Приготовление_ блинчик поместить на бамбуковый коврик и равномерно покрыть сырной массой_ Сверху выложить очищенную и порезанную грушу, банан и киви_ Свернуть сначала в рулет. Затем придать прямоугольную форму_ Разрезать сначала на 3 части, затем наискосок, чтобы получились треугольники_ Готовые роллы выложить на блюдо, красить клубничным сиропом _ Тортилья с курицей_ Ингредиенты: пшеничная лепешка-тортилья, сливочный сыр, отварная курица, помидоры бланшированные без мякоти, салат_ Приготовление_ Распределить по поверхности лепешки сыр_ На лепешку выложить отварную курицу, помидоры, салат_ Свернуть в рулет. Затем с помощью коврика придать форму прямоугольника_ Аккуратно разрезать на восемь частей_ Выложить" на тарелку, украсить имбирем и васаби...», с изображением блюд, ненадлежащей рекламой.

Согласно Решению № 1 учредителя ООО «Саппоро» от 01.12.2010 г. директором ООО «Саппоро» является «...»

В соответствии с Уставом Общества, директор Общества избирается сроком на пять лет и осуществляет, в том числе следующие полномочия: без доверенности действует от имени Общества, представляет интересы и совершает сделки, выдает доверенности, издает приказы, осуществляет иные полномочия.

Таким образом, ответственным за данное правонарушение является указанное должностное лицо.

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

Согласно ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Время совершения административного правонарушения – февраль 2015 г.

Место совершения административного правонарушения – Новосибирская область.

На рассмотрении административного дела директор ООО «Саппоро» Ахметов Артем Юрьевич не согласился с наличием нарушения, представил отзыв, в котором указывалось следующее.

Как и указано в пояснениях ООО «Саппоро» о процессе доставки заказа потребителю, доставка осуществляется в результате двух возможных действий потребителя:

1. Потребитель приехал (пришел) в указанный адрес работы доставки (ресторана), выбрал товар и попросил о доставке, не желая ждать момента приготовления,
2. Информация о товарах и их описание имеется на сайте www.arisushi.ru. Потребитель позвонил по телефону, и, осуществив выбор конкретного товара по его описанию и изображению, заказал услугу по доставке товара.

В обоих описанных случаях все риски, связанные с последующим заключением или не заключением договора купли-продажи, несет ООО «Саппоро». Есть случаи, когда по указанному адресу никого нет, либо могут без указания причин отказаться от оплаты и получения товара.

В соответствии с пунктом 12 Правил продажи товаров дистанционным способом (утв. Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 N 612), предложение товара в его описании, обращенное к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой, если оно достаточно определено и содержит все существенные условия договора (в нашем случае нет далее указания цены на продукцию нашего предприятия), и Продавец обязан заключить договор с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар, предложенный в его описании.

В соответствии с пунктом 14 указанных Правил, в случае если покупатель передает продавцу сообщение о своем намерении приобрести товар, в сообщении должны быть обязательно указаны:

- а) полное фирменное наименование (наименование) и адрес (место нахождения) продавца, фамилия, имя, отчество покупателя или указанного им лица (получателя⁴), адрес, по которому следует доставить товар;
- б) наименование товара, артикул, марка, разновидность, количество предметов, входящих в комплект приобретаемого товара, цена товара;
- в) вид услуги (при предоставлении), время ее исполнения и стоимость;
- г) обязательства покупателя.

В случае заказа товара по телефону Покупатель только выбирает товар и называет адрес. Никаких иных сведений не указывается.

Если считать что акцепт оферты происходит в момент получения сообщения Покупателя (как это установлено пунктом 20 Правил), то получение такого сообщения по телефону само по себе является недоказуемым.

Таким образом, предложение услуги по доставке товара путем приема заявок по телефону не может считаться дистанционным способом продаж, ввиду того что не обеспечивает возможности фиксации факта акцепта, так как поскольку сделка возмездная, то дистанционной должна быть как доставка товара, так и его оплата, чего в нашем случае нет. В случае, если на сайте ООО «Саппоро» была обеспечена техническая возможность сделать он-лайн заказ и оплатить его, можно было бы говорить о дистанционном способе продаж, но на сайте блюда размещены с целью напомнить покупателю об ассортименте и свойствах блюда, поскольку по закону продавец обязан информировать о свойствах и составе продуктов питания, ведь не исключено к примеру что у кого то из гостей аллергия или индивидуальная непереносимость на какие то виды продуктов.

Вывод Новосибирского УФАС о том, что в данном случае осуществляется распространение рекламы товаров дистанционным способом продажи, является некорректным и необоснованным также и потому, что неверно определен объект рекламирования.

Объектом рекламирования является ресторан «Аригато». Указанные макеты рекламы не могут быть квалифицированы в качестве рекламы товаров с использованием дистанционного способа продажи, там даже нет указания цены на предполагаемый товар.

Схема отношений между объектами рекламирования и потребителями, реализуемой им продукцией, не является дистанционным способом продажи товаров. В данном случае это реклама организации, которая осуществляет продажу товара с доставкой покупателю.

Присутствие на рекламных макетах слова "доставка" не является достаточным основанием для квалификации реализации продукции дистанционным способом,- В данном случае доставка товара потребителю является не исполнением договора купли-продажи (ввиду его не заключенности), а осуществляется в

рамках преддоговорных отношений между потребителем и продавцом, как сопутствующая услуга.

Статья 8 ФЗ «О рекламе», устанавливая требования к рекламе товаров при дистанционном способе их продажи, не содержит самого понятия "дистанционный способ продажи", которое было бы применимо именно для целей данного закона. Следовательно, необходимо руководствоваться содержанием этого правового понятия, изложенным в статье 497 Гражданского кодекса Российской Федерации и в статье 26.1 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей", согласно которым дистанционным способом продажи является такой способ, когда договор розничной купли-продажи заключается на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными исключаящими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара) способами.

Таким образом, дистанционный способ продажи имеет место только в том случае, когда осуществляется не просто заказ товара потребителем на основании ознакомления с описанием товара, а именно на этом основании заключается договор купли-продажи.

Момент заключения договора розничной купли-продажи определен в статье 493 Гражданского кодекса Российской Федерации, согласно которой, если иное не предусмотрено законом или договором розничной купли-продажи, в том числе условиями формуляров или иных стандартных форм, к которым присоединяется покупатель, договор розничной купли-продажи считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара.

Следовательно, для того чтобы договор купли-продажи был заключен, покупателю недостаточно сделать заказ товара по телефону или через сеть Интернет, ему необходимо оплатить товар, а продавцу - передать покупателю чек или иной документ об оплате. Это общее правило, которое действует, если иное не установлено законом или договором розничной купли-продажи.

Если оплата товара не произошла (соответственно, чек не выдан покупателю), то в силу прямого указания закона договорные отношения еще не возникли. Если рекламодатель, приняв по телефону или через сеть Интернет заказ покупателя на доставку товара, но не получив оплату, осуществляет такую доставку, то эти действия он осуществляет на свой страх и риск (поскольку покупатель может отказаться от уплаты товара). Такую доставку без предварительного получения оплаты неправомерно квалифицировать как исполнение договора купли-продажи, так как не наступил момент, с которым закон связывает возникновение договорных отношений (не выдан чек). Это произойдет только в момент, когда покупатель, уже видя реальный, доставленный товар, а не его описание, передает представителю продавца деньги, а представитель продавца вручает покупателю чек.

Кроме того, рекламодатель при вручении товара выдал потребителю чек, в котором указано правильное и полное наименование организации, предоставляющей услугу, адрес и ИНН организации. Таким образом, до момента

оплаты у потребителя была возможность ознакомиться с информацией, размещение которой обязывает ст.8 ФЗ «О рекламе».

При дистанционном же способе продажи продавец, получив деньги от покупателя, который на момент платежа ознакомился только с описанием товара и на основании этого описания принял решение заказать и оплатить товар, договорные правоотношения возникают именно в момент оплаты товара и действия продавца по доставке товара являются исполнением уже заключенного договора розничной купли-продажи.

При обычной доставке потенциальные стороны (продавец и покупатель) в момент поступления звонка будущего покупателя продавцу находятся в процессе согласования условий будущего договора купли-продажи. От потребителя поступает предложение продавцу купить товар, но при этом потребитель просит доставить товар в его место нахождения. Продавец, который желает продать товар, привозит его к потребителю, и только тогда происходит заключение договора (осмотр реального товара, его оплата и выдача чека) и исполнение договора (передача товара покупателю). До этого момента все отношения продавца и потребителя с юридической точки зрения являются преддоговорными, направленными на заключение договора купли-продажи.

В соответствии с пунктом 20 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации 27 сентября 2007 г. N 612, договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату.

Кроме того, абзацем 4 пункта 2 Правил продажи товаров дистанционным способом предусмотрено, что договор розничной продажи товаров дистанционным способом заключается на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках. В тоже время, покупатель, делая заказ в пункте общественного питания (кафе или ресторане) использует меню, что своего рода является каталогом, содержащим описание товара посредством фотоснимков и также исключает возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара. В связи с чем, вывод о дистанционном способе продажи основан не на правовых понятиях, относящихся к сфере правоотношений по розничной купли-продажи, а из неких общих категорий, к примеру "описание товара посредством фотоснимков".

Также Общество просит антимонопольный орган принять во внимание, что ООО «Саппоро» впредь будет крайне внимательно относиться к собственной рекламе и выбору рекламных агентств, с целью избежать претензий со стороны контролирующего органа в будущем, что может быть отнесено к смягчающим обстоятельствам, предусмотренным ст. 4.2. КоАП РФ.

Помимо изложенного, Обществом указывается, что согласно ст. 2.9 КоАП РФ, при малозначительности совершенного административного правонарушения орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

В силу п. 21 Постановления Пленума Верховного Суда РФ № 5 от 24 марта 2005 г. «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий, не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

При квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Практика исходит из того, что в качестве малозначительного может быть квалифицировано любое административное правонарушение, включая те, за совершение которых предусмотрена ответственность в виде значительных сумм административных штрафов, если будет установлено, что совершенным административным правонарушением не причинен существенный вред публичным интересам.

В этой связи ООО «Саппоро» полагает, что имеются основания для квалификации его действий в качестве малозначительного. Ни один потребитель не обращался в ООО «Саппоро» с претензиями к качеству товаров или услуг по доставке. Никаких неблагоприятных последствий размещение рекламы ООО «Саппоро» не повлекло.

Такой объект рекламирования не представляет существенной угрозы ни для жизни, ни для здоровья граждан (например, в отличие от нарушений рекламы медицинских услуг, лекарственных средств, привлечения денежных средств граждан для строительства жилья и т.п.). Размещение ООО «Саппоро» спорной рекламы не причинило никакого вреда гражданам - потребителям рекламы, так как отсутствие полной информации о юридическом лице (ИНН, ОГРН) ни как не влияет на качество товара и выбор покупателя.

Таким образом, ООО «Саппоро» считает, что совершенное правонарушение не содержит существенной угрозы охраняемым общественным отношениям и не причинило вреда интересам и/или здоровью и жизни граждан.

Кроме этого Общество просит учесть, что данное нарушение со стороны ООО «Саппоро» произошло в первый раз, ООО «Саппоро» является добросовестным налогоплательщиком, работодателем, ранее к административной ответственности не привлекалось.

Имея финансовое обременение в виде кредита, наложение штрафа на ООО «Саппоро» фактически повлечет признание ООО «Саппоро» финансово не состоятельной организацией и приведет к закрытию фирмы, что приведет к потере рабочих мест нашими сотрудниками (16 человек). В связи с указанными обстоятельствами Общество просит Новосибирское УФАС России поддержать Федеральный Закон Российской Федерации № 209 - ФЗ от 24.07.2007 г. «О развитии малого среднего предпринимательства в РФ», квалифицировать совершенное деяние как малозначительное и ограничиться в отношении ООО «Саппоро» устным

замечанием.

Должностное лицо Новосибирского УФАС России считает данные доводы ошибочными, на основании выводов, изложенных выше.

Также, рассматриваемая рекламная информация, содержащая текст: «Заказы на доставку блюд японской кухни принимаются по тел.: 8 (38341) 2-55-84, 8-913-703-40-50», адрес Интернет-сайта, в сочетании с изображением готового блюда, создает у потребителя впечатление о возможности доставки, в том числе именно указанных в рекламе блюд – «Фруктовых роллов» и «Тортильи с курицей», которое также имеется в меню кафе, указанном на сайте Общества.

Следовательно, потребитель, имеет возможность, ознакомившись с фотоизображением рекламируемого блюда, найдя его в меню на сайте, получив информацию о доставке в соответствующем разделе, позвонить по телефону оператору и сделать заказ, который будет доставлен потребителю, где и будет произведен расчет.

Кроме того, должностное лицо при рассмотрении дела приходит к выводу об отсутствии оснований для признания нарушения малозначительным.

Согласно части 18 Постановления Пленума ВАС РФ от 2 июня 2004 г. N 10 при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения. Данные обстоятельства в силу частей 2 и 3 статьи 4.1 КоАП РФ учитываются при назначении административного наказания.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 настоящего Постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

В данном случае каких-либо исключительных обстоятельств, позволяющих отнести правонарушение к малозначительным и освободить виновное лицо от ответственности, не установлено. Материалами данного дела установлено, что у ООО «Саппоро» имелась возможность для недопущения указанного нарушения, но достаточных мер по соблюдению правил и норм принято не было.

В соответствии со ст. 2.4. Кодекса РФ об административных правонарушениях, административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Согласно ч. 3 ст. 2.1 КоАП РФ, назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не

освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

Срок давности для привлечения к административной ответственности Ахметова А.Ю. не истек.

Учитывая характер правонарушения, материальное положение, наличие смягчающих обстоятельств (нарушение совершено впервые, приняты меры по устранению нарушения), при отсутствии отягчающих обстоятельств, установленных ст. 4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, руководствуясь статьями 14.3, 23.48 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать директора ООО «Саппоро» «...» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

2. Применить к «...» меру ответственности в виде административного штрафа в размере 4000 (четыре тысячи) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях на р/с 40101810900000010001 в Сибирское ГУ Банка России, БИК 045004001, получатель: УФК по Новосибирской области (Новосибирское УФАС России), ИНН 5405116098 / КПП 540501001, код БК 161 1 16 26000 01 6000 140, ОКТМО 50701000 назначение платежа: административный штраф за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии с частью 5 статьи 3. Кодекса РФ об административных правонарушениях, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в соответствии со статьями 30.1-30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 20.25 Кодекса РФ об административных правонарушениях, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В силу ст. 29.11 Кодекса РФ об административных правонарушениях, резолютивная данного Постановления по делу об административном правонарушении объявлено немедленно по окончании рассмотрения дела.

