

РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 25 июля 2012 г.
Дата изготовления решения: 26 июля 2012 г.

г. Иваново

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе (далее - Комиссия): <...> ; рассмотрев дело № 07-18/2012-029, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства РФ о рекламе, в отсутствие лица, а также его представителей, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе – ИП Нариньян И.Б. <...> . ИП Нариньян И.Б. был надлежащим образом уведомлен о времени и месте рассмотрения дела, заявитель: <...> на рассмотрение дела не явился, был надлежащим образом уведомлен о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

28 мая 2012 года в Ивановское УФАС России поступило заявление от жителя г. Иваново, в котором содержится информация о наличии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при распространении рекламы службы доставки МэтрВкуса в г. Иваново. В данном заявлении указано, что 27 мая 2012 года житель г. Иваново заказал роллы на сайте: мэтрвкуса.рф. При получении заказа Заявитель в пакете с заказом обнаружил рекламный буклет службы доставки МэтрВкуса. Среди прочего на последней странице рекламного буклета размещалась реклама пива без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива. Кроме того, в рекламном буклете не были указаны сведения о том, кто является продавцом товаров. Рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения ст. 8, ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), согласно которым 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; реклама пива в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива (размер предупреждения не менее 10% от объема рекламы). Ивановским УФАС России по факту распространения указанной рекламы 28 июня 2012 года возбуждено дело № 07-18/2012-029 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе. Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам. В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащей является реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. В соответствии с ч. 1 ст. 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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 о пиве с изображением пивной банки с указанием его стоимости содержит информацию рекламного характера, исходя из следующих присутствующих в ней признаков рекламы:

-предназначена для неопределенного круга лиц;

-распространена с помощью рекламных буклетов;

-направлена на привлечение внимания к пиву, а также к службе доставки МэтрВкуса, которая осуществляет его непосредственную продажу, призвана формировать и поддерживать интерес к объектам рекламирования, способствует их продвижению на рынке.

В рассматриваемом случае реклама пива распространялась без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива, что свидетельствует о нарушении ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

Кроме того, в нарушение требований законодательства РФ о рекламе в рекламных буклетах, сообщающих о дистанционном способе продажи товара в службе доставки МэтрВкуса, отсутствовали сведения о продавце товаров, а именно: фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Пунктом 2 Правил продажи товаров дистанционным способом (утв. Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 № 612), определено понятие «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.

В соответствии с ч. 2 ст. 497 Гражданского кодекса РФ договор розничной купли-продажи может быть заключен 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 (дистанционный способ продажи товара).

Из содержания рассматриваемого рекламного буклета следует, что предприниматель осуществляет доставку пиццы, салатов, горячих блюд, суши, роллов, шашлыка, пивного меню, пива, напитков. В рекламе присутствует изображение данных блюд и напитков с указанием их стоимости, таким образом, потребитель без непосредственного ознакомления с товаром может произвести заказ (заключить договор) по телефону 33-15-25, путем обращения на сайт: мэтрвкуса.рф, а также путем заказа по icq: 319-15-25.

В соответствии со 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.

За нарушение требований ч. 3 ст. 22, ст. 8 Закона о рекламе, в соответствии с ч. 6 и ч. 7 ст. 38 данного закона ответственность несет как рекламодаделец, так и рекламораспространитель.

Рекламодателем и рекламораспространителем является ИП Наринян И.Б.

ИП Наринян И.Б. на рассмотрение дела № 07-18/2012-029, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, не явился. ИП Наринян И.Б. был надлежащим образом уведомлен о времени и месте рассмотрения дела № 07-18/2012-029, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что подтверждается почтовым уведомлением № 15300043808055 о вручении заказного письма. Ходатайства об отложении рассмотрения дела № 07-18/2012-029, возбужденного по признакам нарушения законодательства о рекламе, от ИП Нариняна И.Б. не поступало.

В письменных пояснениях № 47 от 17.07.2012 ИП Наринян И.Б. сообщает, что меню МэтрВкуса предоставлялось клиенту, как информационный лист для ознакомления с ассортиментом и не являлось рекламным материалом. Поскольку рассматриваемая ситуация, по мнению ИП Нариняна И.Б., является спорной, была проведена работа по приведению печатной продукции, использовавшейся для клиентов непосредственно, и печатной продукции для рекламных целей, в соответствие с Законом о рекламе.

Довод ИП Нариняна И.Б., по мнению Комиссии, о том, что спорные буклеты не являлись рекламными, не состоятелен в виду следующего. Реклама – это сведения о товаре, услуге, их свойствах; производителе, продавце таких товаров, их местоположении, реквизитах, товарных знаках и фирменных наименованиях и видах деятельности, а также иных объектах, в продвижении которых заинтересован участник рекламного рынка. Именно на информацию ложится основная нагрузка в понятии рекламы. При этом неважно, в каком виде данная информация подается.

За счет одновременного информирования большого количества людей реклама позволяет ознакомить потребителей с товарами, реализуемыми на рынке, сформировать к ним положительное отношение потребителей, позитивно выделить определенные товары. Реклама служит различным целям. Однако ее главное предназначение – расширение спроса и увеличение прибыли. В рассматриваемом случае рекламные буклеты поддерживают интерес к следующим товарам: пицца, салаты, горячие блюда, суши, роллы, шашлык, пивное меню, пиво, напитки, стимулируют их приобретение, способствуют большему спросу потребителей.

Требования ст. 8 обусловлены спецификой дистанционного способа продажи товаров. Потребителю предлагается заключить договор купли-продажи на основании предложенного продавцом описания товара, содержащегося в буклетах, посредством средств связи (электронная почта, телефонная связь и т.д.), которые исключают возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром. При такой продаже покупатель находится в худшем положении по сравнению с тем, кто может непосредственно ознакомиться с товаром. В данном случае при не указании своих реквизитов продавец ограничивал покупателей в праве подачи жалобы, в случае выявления недостатков в товарах, в связи с невозможностью выставления претензий продавцу за некачественный товар. Таким образом, Комиссия Ивановского УФАС России считает, что вина за распространение рассматриваемой рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе в данном случае лежит на рекламодателе и рекламораспространителе – ИП Нариняне И.Б.

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 рекламу пива, размещенную в рекламном буклете службы доставки МэтрВкуса, в которой отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива, ненадлежащей, поскольку в данном случае нарушены требования части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Признать рекламные буклеты службы доставки МэтрВкуса, в которых отсутствуют сведения о продавце товара, ненадлежащими, поскольку в данном случае нарушены требования статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
3. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать, в связи с прекращением распространения указанной рекламы.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ивановского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

< Подписи членов комиссии >