

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 4-05/8

24 января 2014 года

г.Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 4-05/8 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения реклам кальян-бара и доставки блюд дистанционным способом продажи с нарушением требований статьи 8, пункта 3 части 2 статьи 23 ФЗ «О рекламе», в присутствии представителя индивидуального предпринимателя Бектяшкиной (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России в журнале «Выбирай» в № 17 (050) за период с 01 по 15 октября 2013 года на обложке журнала отслежена следующая реклама: «Mozart club. Арабская, европейская, японская кухня. Бильярд-холл для рыцарей кия и сукна (русский бильярд, американский пул). Музыка Востока, чарующий звук скрипки, живая музыка, Приват-танцы, караоке, кальян- бар... ул. Промышленная, 12е, тел. 27-27-07, 27-25-00, Mozart-club.khv@mail.ru».

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что реклама – это 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.

Объектом рекламирования, в силу пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», могут выступать товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Размещенная в журнале «Выбирай» в № 17 (050) на последней странице журнала реклама клуба «Моцарт» является комплексной, содержит несколько объектов рекламирования, в том числе, его местонахождение и услуги, которые предлагаются в данном клубе потребителям.

Среди перечисленных в рекламе услуг значится кальян-бар. Согласно ГОСТ Р52463-2005 кальян- устройство для курения, состоящее из соединенных между собой емкостей для табака, сосуда с жидкостью для фильтрации дыма и одного

или нескольких мундштуков.

Комплексный характер рекламы (наличие в ней нескольких объектов рекламирования) не исключает соблюдение нормативных требований в отношении каждого из таких объектов, не позволяет пренебречь теми или иными требованиями Закона.

Федеральным законом от 21.10.2013 г. № 274-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс об административных правонарушениях РФ и Федеральный Закон «О рекламе», в связи с принятием ФЗ № 15-ФЗ от 23.02.2013 г. «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», статья 23 ФЗ «О рекламе» утратила законную силу, а статья 7 ФЗ «О рекламе» дополнена пунктом 8, в соответствии с которым не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

На момент выхода журнала действовали нормы ФЗ «О рекламе», согласно которым реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров, не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов (пункт 3 часть 2 статья 23).

В ходе рассмотрения дела в журнале отслежены следующие рекламы:

- «...Ресторан китайской кухни «Пекин»... Ну очень удобно и комфортно! 5 видов меню: от ВИП до эконом, 3 вида банкетных залов. Доставка блюд: т. 69-20-22»;

- «L'Italiano (литальяно). Доставка 24-01-02. Пицца, салаты, коктейли, смузи, пасты. Полное меню можно посмотреть на сайте www.pizza27.com. Ждем Вас ежедневно с 09.00 до 22.00. ул. Карла Маркса, 41, тел. (4212) 31-46-20».

Анализ рекламных материалов позволяет сделать вывод, что рекламы направлены на привлечение внимания потребителя к продаже товаров блюд китайской и итальянской кухни дистанционным способом продажи по указанным телефонам доставки.

В статье 497 ГК РФ (часть 2) дано определение дистанционного способа продажи, в соответствии с которым договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, буклетов, проспектов, 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).

Таким образом, данный договор характеризуется двумя отличительными признаками: во-первых, отсутствие прямого, непосредственного контакта потребителя с товаром либо с его образцом до заключения договора и в момент его заключения, и во-вторых, определение ознакомления с товаром (каталоги, буклеты, проспекты, фотоснимки, средства связи и т.д).

Согласно Правилам продажи товаров дистанционным способом продажи, утвержденным Постановлением Правительства РФ № 612 от 27.09.2007г. продажа

товаров дистанционным способом- это 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 иным способом исключающим возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром, либо образцом товара при заключении такого договора.

В соответствии с п.20 данных Правил, договор считается заключенным с момента выдачи покупателю товарного или кассового чека, либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или сообщения о намерении покупателя приобрести товар.

Из указанной нормы права следует, что момент заключения договора розничной купли-продажи при дистанционном способе продажи не ставится в зависимость от момента оплаты товара и выдачи чека, а определяется моментом сообщения покупателем продавцу своего намерения приобрести товар.

В части 3 ст. 497 ГК РФ определен момент исполнения договора розничной купли-продажи, заключенного дистанционным способом продажи: договор считается исполненным с момента доставки товара, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором. Указанные рекламы знакомят покупателей с описанием товаров посредством журнала «Выбирай», исключая возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении договора, заключаемого посредством получения продавцом сообщения по телефону о намерении покупателя приобрести товар.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой товаров при дистанционном способе их продажи.

В соответствии со ст. 8 ФЗ «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.

Однако в нарушение требований ст. 8 распространяемые рекламы не содержат сведений о наименовании, месте нахождения, государственном регистрационном номере записи о создании юридического лица, либо сведений о фамилии, имени, отчестве, основном государственном регистрационном номере индивидуального предпринимателя, осуществляющего продажу товаров дистанционным способом.

Рекламы в указанных частях признаются ненадлежащими.

В процессе рассмотрения дела представитель ИП Бектяшкиной с выявленными нарушениями согласилась.

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушения требований статьи 8, пункта 3 части 2 статьи 23 ФЗ «О рекламе» несет

рекламораспространитель.

Установлено, что рекламораспространителем является ИП Бектяшкина.

Данный факт подтверждается издательским договором № 1ИВ/2012 от 01.01.2012 г., заключенным между ООО «Издательская группа «Парамон» и ИП Бектяшкиной.

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 ненадлежащими рекламы:

- «...Ресторан китайской кухни «Пекин»... Ну очень удобно и комфортно! 5 видов меню: от ВИП до эконом, 3 вида банкетных залов. Доставка блюд: т. 69-20-22»;
- «L'Italiano (литальяно). Доставка 24-01-02. Пицца, салаты, коктейли, смузи, паст Полное меню можно посмотреть на сайте www.pizza27.com. Ждем Вас ежедневно с 09.00 до 22.00. ул. Карла Маркса, 41, тел. (4212) 31-46-20»;
- «Mozart club. Арабская, европейская, японская кухня. Бильярд-холл для рыцарей кия и сукна (русский бильярд, американский пул). Музыка Востока, чарующий звук скрипки, живая музыка, Приват-танцы, караоке, кальян- бар... ул. Промышленная, 12е, тел. 27-27-07, 27-25-00, Mozart-club.khv@mail.ru,

распространенные ИП Бектяшкиной в журнале «Выбирай» в № 17 (050) с 01 по 15 октября 2013 г., поскольку в них нарушены требования статьи 8, пункта 3 части 2 статьи 23 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП Бектяшкиной предписание о прекращении нарушения требований статьи 8 ФЗ «О рекламе».

3. Предписание о прекращении нарушения требований пункта 3 части 2 статьи 23 ФЗ «О рекламе» ИП Бектяшкиной не выдавать в связи с тем, что указанная статья закона утратила силу.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

24 января 2014 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, на основании своего решения от 24 января 2014 года по делу № 4-05/8 о признании ненадлежащих реклам блюд при дистанционном способе их продажи, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Бектяшкиной в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства РФ о рекламе, а именно:
распространение реклам блюд при дистанционном способе их продажи без указания сведений о наименовании, месте нахождения и основном государственном регистрационном номере продавца.
2. ИП Бектяшкиной представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 04 февраля 2014 года .

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить административный штраф на должностных лиц 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 статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).

