

ООО «Любимый город»

241023, г. Брянск, ул.
Бежицкая, д. 7, пом. 1

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде предупреждения

по делу № 28-А об административном правонарушении

«09» апреля 2018 г.
Брянск

г.

Заместитель руководителя управления - начальник отдела естественных монополий и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Брянской области Н.А. Новикова, рассмотрев протокол об административном правонарушении, составленный в отношении юридического лица ООО «Любимый город» (ОГРН 1173256010014, ИНН

3257056459, юрид. адрес: 241023, г. Брянск, ул. Бежицкая, д. 7, пом. 1) на основании ходатайства ООО «Любимый город» о рассмотрении настоящего дела в отсутствие лица,

УСТАНОВИЛ:

В январе 2018г. в ТЦ «Тимошковых», расположенном по адресу: г. Брянск, ул. Красноармейская 71-75, распространялись рекламные буклеты ресторана «Любимый город» о доставке суши и пиццы по телефону и сети Интернет, т.е. дистанционным способом продажи.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Указанная реклама не является обзором внутреннего и внешнего рынков, результатом научных исследований и испытаний. Информация является рекламой, поскольку очевидно ассоциируется у потребителя с определенным товаром, позволяет формировать и поддерживать у неопределенного круга лиц интерес к указанному в данной информации товару.

Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 Федерального закона «О рекламе».

В силу [пунктов 2, 3 статьи 497](#) Гражданского кодекса Российской Федерации 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). 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.

Аналогичные положения содержатся в [Законе](#) о защите прав потребителей. Договор розничной купли-продажи может быть заключен 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.

Проанализировав приведенные нормы права в их системной взаимосвязи, учитывая, что при дистанционном способе продажи товара отсутствует прямой, непосредственный контакт потребителей с товаром либо его образцом до заключения договора, ознакомление с товаром происходит посредством изучения каталогов, буклетов, проспектов, фотоснимков, средств связи, в том числе на Интернет-сайтах и так далее, установлено, что в данном случае покупатель оформляет заказ необходимых ему товаров по телефону.

Исходя из вышеизложенного способ продажи товаров рекламодателем посредством телефонной связи и сети Интернет является дистанционным.

Согласно ст. 8 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года 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.

Наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании лица, осуществляющего деятельность по доставке еды, в рекламной листовке не указаны.

Таким образом, реклама нарушает ст. 8 ФЗ «О рекламе».

Также в рассматриваемом рекламном буклете указано, что бесплатная доставка заказа осуществляется от 29 минут и от 500 руб.

При этом на официальном сайте компании <http://bryansk.lybimyorod.ru> указано, что «при заказе вкусной еды на сумму от 500 рублей доставка осуществляется бесплатно в рамках зоны бесплатной доставки:

Зона 1 - доставка от 30 минут, минимальная сумма заказа для бесплатной доставки 500 (платная доставка 60)

Зона 2 - доставка от 45 минут, минимальная сумма заказа для бесплатной доставки 750 (платная доставка 80)

Зона 3 - доставка от 60 минут, минимальная сумма заказа для бесплатной

доставки 1000 (платная доставка 100)

Зона 4 - доставка от 75 минут,

минимальная сумма заказа для бесплатной доставки 1300 (платная доставка 120)».

Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге).

Поэтому существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

В рекламе не содержится существенной информации о бесплатной доставке в рамках установленной зоны бесплатной доставки, указанной на сайте компании <http://bryansk.lybimygorod.ru>.

Также в рекламе указано о проведении акций -5% при заказе на сайте компании и акции «счастливые часы», подразумевающей о предоставлении второго блюда в подарок при оформлении заказа с понедельника по четверг с 11-00 по 15-00 часов. При этом в ходе рассмотрения дела Комиссия Брянского УФАС установила, что в рекламных листовках не указаны сроки действия данной акции, а также отсутствует информация, что в рамках акции «счастливые часы» предоставляются в подарок не все блюда, а из конкретного перечня, размещенного на сайте компании <http://bryansk.lybimygorod.ru>. Указанная информация является существенной.

Таким образом, указанная реклама содержит признаки нарушения ч. 7 ст.5 ФЗ «О рекламе», согласно которой 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.

В ходе рассмотрения дела Комиссия Брянского УФАС также установила, что в аналогичных рекламных буклетах указана информация «доставка еды № 1 в Брянске».

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например «№ 1 », «лучший», «самый», должно производиться с указанием конкретного критерия, по

которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В материалы дела лицом не представлены доказательства того, что ООО «Любимый город» - компания по «доставке еды № 1 в Брянске».

Таким образом, в рекламе не указан конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение, и который имеет объективное подтверждение.

Таким образом, указанная реклама не соответствует требованиям п.1 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе», в соответствии с которой недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: в том числе о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо; рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем и рекламораспространителем является ООО «Любимый город».

В соответствии со ст. 38 указанного закона ответственность за нарушение ст. 8 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

[Частью 1 статьи 2.1](#) КоАП РФ установлено, что административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (действие) физического или юридического лица, за которое Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Таким образом, установлено событие административного правонарушения, выразившееся в распространении ненадлежащей рекламы ресторана ООО «Любимый город» в январе 2018г. в ТЦ «Тимошковых», расположенном по адресу: г. Брянск, ул. Красноармейская 71-75, поскольку реклама не соответствует требованиям части 7 статьи 5, статьи 8 и пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» в виду отсутствия в рекламе наименования продавца, место его нахождения и

государственного регистрационного номера записи о создании лица, отсутствия информации о сроках акций, о бесплатной доставке в рамках установленной зоны бесплатной доставки, и предоставлении в подарок блюд из конкретного перечня, указанные на сайте компании <http://bryansk.lybimyorod.ru>, а также в размещении информации, что ООО «Любимый город» - компания по «доставке еды № 1 в Брянске» в отсутствие объективного подтверждения этому.

Субъектом административного правонарушения является ООО «Любимый город» (ОГРН 1173256010014, ИНН 3257056459, юрид. адрес: 241023, г. Брянск, ул. Бежицкая, д. 7, пом. 1).

В соответствии с ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, административное наказание является установленной государственной мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях предусмотрена ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В силу ч. 1, 2 ст. 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

В соответствии с ч. 1 ст. 4.1.1. КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) Кодекса.

Учитывая характер совершенного *предпринимателем* административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, руководствуясь ст. 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ООО «Любимый город» виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде **предупреждения**.

В соответствии частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом в отношении юридического лица, может быть обжаловано в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Заместитель руководителя –

начальник отдела естественных

монополий и рекламы

Н.А.Новикова