

РЕШЕНИЕ

11 ноября 2010

г. Томск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии — заместитель руководителя - начальник отдела контроля государственных закупок и земельных отношений Р.А. Алиев,

члены Комиссии — ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания Н.В. Базарова, старший специалист 2 разряда отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания Е.В. Чуклина,

рассмотрев дело № 06-11/77-10 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы блюд японской кухни при дистанционном способе их продажи,

в присутствии представителя индивидуального предпринимателя <...> (на основании доверенности от 03.11.2010г.),

без участия заявителя,

УСТАНОВИЛА:

В Томское УФАС России поступило заявление <...> (вх.5509 от 18.10.2010), в котором указывается на наличие признаков нарушения рекламного законодательства Российской Федерации при распространении рекламы товаров, реализуемых дистанционным способом.

Так, при доставке заказа блюд японской кухни, сделанного через интернет-сайт <http://dostavka-sushi.tomsk.ru>, заявителю был вручен рекламный буклет и визитная карточка «Доставька суши», которые приложены к заявлению.

В указанном рекламном буклете и на сайте <http://dostavka-sushi.tomsk.ru>, содержится проиллюстрированный каталог блюд, призыв звонить и заказывать эти блюда, размещена информация о времени приема заказов, скидках, акциях, а также, содержится реклама 7 наименований пива и 9 наименований сигарет.

Информация о рекламодателе, предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива и вреде курения в указанных источниках отсутствует, что свидетельствует, по мнению заявителя, о нарушении требований Федерального закона «О рекламе».

В письменных пояснениях на определение о возбуждении производства по делу №06-11/77-10 по признакам нарушения законодательства о рекламе, индивидуальный предприниматель Ли В.В. указала, что интернет-сайт и оригинал-макет буклета «Доставька суши» разрабатывался непосредственно индивидуальным предпринимателем. Рекламные буклеты были напечатаны согласно договору на печать (тиражирование) акцидентной продукции от 24.09.2010г. и распространялись курьерами при доставке заказа, интернет-сайт был создан в апреле 2010г, реклама пива и сигарет была размещена на нем только в октябре 2010г., период распространения ненадлежащей рекламы является непродолжительным. Индивидуальный предприниматель Л. является одновременно рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы

и признает выявленные нарушения законодательства о рекламе.

На заседании Комиссии по рассмотрению данного дела 11.11.2010г. представитель по доверенности ИП <...>пояснила, что размещая рассматриваемую рекламу товаров, реализуемых дистанционным способом, а также пива и сигарет, ИП <...> не учла положения законодательства о рекламе, в настоящее время буклеты с ненадлежащей рекламой не распространяются, на сайт внесены изменения, а именно, добавлено предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива и о вреде курения.

Рассмотрев материалы дела и приняв во внимание письменные пояснения индивидуального предпринимателя и пояснения представителя, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе (далее – ФЗ «О рекламе», Закон) 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.

Информация, размещенная в рассматриваемых буклетах и на интернет-сайте обладает всеми признаками рекламы, определенными пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе».

В рассматриваемом рекламном буклете и на интернет-сайте <http://dostavka-sushi.tomsk.ru> содержится проиллюстрированный каталог блюд, призыв звонить и заказывать эти блюда, размещена информация о времени приема заказов, скидках, акциях, а также содержится реклама пива и сигарет.

Дистанционным способом продажи товара, в соответствии со статьей 497 Гражданского кодекса Российской Федерации, признается продажа товара по договору розничной купли-продажи, заключаемому 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.

Согласно статье 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 номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В рассматриваемой рекламе необходимые сведения о продавце блюд японской кухни отсутствуют, что свидетельствует о нарушении требования ст.8 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «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).

Согласно части 3 статьи 23 Федерального закона «О рекламе» реклама табака и табачных изделий в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде курения, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В рассматриваемой рекламе предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива и вреде курения отсутствует, что свидетельствует о нарушении требований ч.3 ст.22, ч.3 ст.23

Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частями 6,7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ст.8, ч.3 ст.22 и ч.3 ст 23 указанного Закона несет рекламодатель и рекламораспространитель.

Рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является индивидуальный предприниматель <...> (<...>, ИНН 701712286801, ОГРНИП 306702610200015), что подтверждается накладной №3860 от 16.10.10, представленной заявителем, письменными пояснениями ИП <...> (вх.6012 от 10.11.2010г.), договором №668 от 24.09.2010г. на печать (тиражирование) акцидентной продукции, устными пояснениями представителя по доверенности ИП <...>.(протокол заседания Комиссии от 11.11.2010г.).

В соответствии пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 ненадлежащей рекламу блюд японской кухни «Доставька суши», распространяемую с использованием рекламных буклетов и на интернет-сайте <http://dostavka-sushi.tomsk.ru>, поскольку в ней нарушены требования статьи 8, части 3 статьи 22, части 3 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП . предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 17 ноября 2010 года.

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

Председатель Комиссии

Р.А. Алиев

Члены Комиссии
Базарова
Чуклина

Н.В.
Е.В.

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации
о рекламе по делу №06-11/77-10

11 ноября 2010г.

г.Томск

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

председатель Комиссии: Р.А. Алиев - заместитель руководителя, начальник отдела контроля государственных закупок и земельных отношений Томского УФАС России,

члены Комиссии: Н.В. Базарова - ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокати́рования; Е.В. Чуклина - старший специалист 2 разряда, отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокати́рования;

на основании своего решения от 11 ноября 2010г. по делу №06-11/77-10 о признании ненадлежащей рекламы блюд японской кухни «Доставька суши» при дистанционном способе продажи товара, распространяемой с использованием рекламных буклетов и на интернет сайте, с нарушением статьи 8, части 3 статьи 22, части 3 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частей 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...> в течение 10 дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», а именно: прекратить распространение рекламы с использованием интернет-сайта

<http://dostavka-sushi.tomsk.ru>, блюд японской кухни «Доставька суши» при дистанционном способе их продажи без указания сведений о продавце таких товаров: фамилии, имени, отчества,

основного государственного регистрационного номера записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

2. ИП <...> представить в Томское УФАС России письменные доказательства исполнения п.1 настоящего предписания в срок до 10 декабря 2010г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Томское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить 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.

Председатель Комиссии

Р.А. Алиев

Члены Комиссии

Н.В. Базарова

Е.В. Чуклина