

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ №06-149/15

### о назначении административного наказания

«13» января 2016 г.

г. Новосибирск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области Н.П. Камнева, рассмотрев протокол № 06-149/15 от «27» ноября 2015 г. об административном правонарушении и материалы административного дела, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Фаворит МК» (дата регистрации в качестве юридического лица: 09.03.2010 г., ИНН 5408278379, юридический адрес: 630058, г. Новосибирск, ул. Русская, д. 39), 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 «Фаворит МК» «...» (Выписка из ЕГРЮЛ),

#### УСТАНОВИЛ:

В рамках наблюдения за выполнением обязательных требований Закона о рекламе Новосибирским УФАС России установлено распространение информации:

- на стр. 6 журнала «АкадемLaif» № 1 январь 2015 г. следующего содержания:

«Кафе «Palermo» г. Бердск, ул. 2-я Линейная, 2Б, «...» \_ Заказы принимаются с 10:00 до 23:30 \_ К Вашим услугам\_ проведение любых торжеств\_ корпоративных мероприятий \_ 4 зала на 20,30,50,10 мест \_ именинникам скидка 15% 25 января всем Татьянам скидка! \_ Бесплатная доставка по Академгородку и Бердску\* \_ \*Бесплатная доставка от 450 руб. (напитки в стоимость не входят)\_ Пицца \_ Шашлык \_ Люля — кебаб\_ Паста\_ Салаты\_ Горячи блюда и многое другое\_ Весь ассортимент на сайте Palermo.fm», с изображением товара;

- стр. 3 журнала «АкадемLaif» № 3 март 2015 г. следующего содержания:

«Кафе «Palermo» \_ Бесплатная доставка Академгородку и Бердску\* \_ Именинникам скидка 10%\_ К Вашим услугам\_ проведение любых торжеств\_ корпоративных мероприятий \_ 4 зала на 20,30,50,10 мест \_ летняя веранда\_ Пицца в ассортименте \_ Шашлык \_ Люля — кебаб\_ Паста\_ Салаты\_ Горячи блюда и многое другое \_ Весь ассортимент на сайте Palermo.fm \_г. Бердск, ул. 2-я Линейная, 2Б«...»\_ Заказы принимаются с 10:00 до 23:30 \_ \*Бесплатная доставка от 450 руб. (напитки в стоимость не входят)», с изображением блюд, а также пиццы «Цезарь» и пиццы «Боллато Палермо»;

- на стр. 3 журнала «АкадемLaif» № 4 апрель 2015 г., стр. 6 журнала «АкадемLaif» № 5 май 2015 г. следующего содержания:

«Пельмениссимо \_ Пицца-пельмени \_ Служба доставки ежедневно с 10:00 до 21:00 \_ Пицца из печи «Болонезе»: мясной фарш, шампиньоны, мацарелла, пармезан, базилик, 395 рублей \_ «...» pelmenissimo.ru», с изображением пиццы;

- на стр. 25 журнала «АкадемLaif» № 4 апрель 2015 г. информации следующего

содержания:

«Раннее бронирование/Кредит / Мировой отдых / ул. Полевая, 7/1, тел.: «...»\_ ул. Русская, 1 (ТЦ «Маяк»), тел.: «...»[www.mir-ot-nsk-ru](http://www.mir-ot-nsk-ru)»;

- на стр. 5 журнала «АкадемLaif» № 2 за февраль 2015 информации следующего содержания:

«Цветочный салон «Белый сад» \_ Доставка \_ Подарочные корзины \_ Скидка 10% \_ Приглашаем за покупками \_ Морской пр., 18 \_ «...»...», с изображением товара;

- на обложке журнала «АкадемLaif» № 1 январь 2015 г. информации следующего содержания:

«Цветочная мастерская / Эксклюзивные букеты и композиции / Комнатные растения / Оформление интерьеров/ Фитооформление интерьеров, витрин, зимних садов/ Организация праздников/ Свадебная флористика/ Доставка / «...»/Академгородок, ул. Ильича, 6 (переход ТЦ Академгородка) / Павильон перед ТЦ Академгородка / Павильон на ул. Иванова, 29/ Ул. Тюленина, 17/1 (ж/м Родники) ...», с изображением товара;

- на обложке журнала «АкадемLaif» № 2 за февраль 2015, №3 март 2015 г. информации следующего содержания:

«Цветочная мастерская / Большой выбор цветов на любой вкус! / Доставка / 330-06-67/г. Новосибирск, ул. Ильича, 6 (переход ТЦ Академгородка) тел. 330-06-67, факс: «...» (с 10.00 до 21.00)/ ул. Ильича, 6 (павильон перед ТЦ Академгородка) (круглосуточно) / ул. Иванова, 29 (павильон) (круглосуточно)», с изображением товара;

- на обложке журнала «АкадемLaif» № 4 апрель 2015 г. размещалась информация следующего содержания:

«Цветочная мастерская / Мы знаем, как сделать вашу свадьбу неповторимо прекрасной. Вы можете дать волю фантазии! Мы предлагаем неповторимый свадебный букет невесте и бутоньерку для жениха. Роскошное оформление зала, автомобиля цветами. Эксклюзивные букеты и композиции / Доставка / 330-06-67/Академгородок, ул. Ильича, 6 (переход ТЦ Академгородка) / Павильон перед ТЦ Академгородка / Павильон на ул. Иванова, 29/ Ул. Тюленина, 17/1 (ж/м Родники) ...», с изображением товара.

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.

Рассматриваемая информация является рекламной, т.к. привлекает внимание неопределенного круга лиц к заведениям общественного питания, осуществляющим деятельность под наименованием «Пельмениссимо», кафе «Palermo»; магазину цветов «Белый сад», магазину цветов «Цветочная мастерская», а также товарам, реализуемым указанными компаниями (продуктам питания, с указанием их потребительских свойств, характеристик, состава, цене; цветам, с

изображением товара), предлагаемой услуге по доставке готовых блюд (с указанием телефонов, адресов, Интернет-сайтов, на которых представлена рекламируемая продукция заведений общественного питания), компании «Мировой отпуск», предлагающей путешествие в кредит, что в полной мере соответствует определению, указанному в Законе о рекламе.

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 рассматриваемой рекламе услуг кафе «Пельмениссимо» (ООО «Фуд программ»), кафе «Palermo» (ООО «Пик-Ник»), которые являются заведениями общественного питания, отсутствуют сведения о наименовании, месте нахождения и государственном регистрационном номере записи о создании юридического лица, указание которых обязательно в силу ст. 8 Закона о рекламе, что является нарушением данной нормы Закона о рекламе.

На рассмотрение дела представитель ООО «Фуд программ» не явился, отзыв не представил, при этом, согласно информации указанной на сайте Общества [www.pelmenissimo.ru](http://www.pelmenissimo.ru), раздел «Доставка» содержит подробные условия доставки предлагаемого на сайте в разделе «Меню» товара, включая подразделы «Как заказать», «Телефон службы доставки», «Время работы службы доставки», «Как сделать заказ», «Оплата и доставка», «Минимальная сумма заказа», «Бесплатная доставка», «Стоимость доставки в город», «Оплата заказа».

ООО «Пик-Ник» не согласно с наличием нарушения ст. 8 Закона о рекламе.

По мнению Общества, предложение услуги по доставке товара путем приема заявок по телефону не может считаться дистанционным способом продаж, так как не обеспечивает возможности фиксации факта акцепта.

Далее, после получения заявки выбивается кассовый чек и осуществляется доставка товара (в случае если покупка не состоится, то оформляется отмена кассовой операции).

Если покупатель принимает товар и оплачивает его, ему выдается кассовый чек. В кассовом чеке указано наименование организации, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица.

На рассмотрение дела ООО «Пик-Ник» был представлен отзыв, согласно которому в макетах, изготовленных ООО «Фаворит МК» и согласованных с ООО «Пик-Ник» имеется вся информация о кафе Palermo: наименование организации, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица. В виду технической неполадки эта информация не была напечатана должным образом.

Общество полагает, что в случае типографского брака и в распространение ненадлежащего рекламного объявления отсутствует вина со стороны ООО «Пик-Ник».

Ни один потребитель не обращался в ООО «Пик-Ник» с претензиями к качеству товаров или услуг по доставке, а размещение ООО «Пик-Ник» спорной рекламы не причинило никакого вреда гражданам - потребителям рекламы.

Комиссия Новосибирского УФАС России считает данные доводы ошибочными в связи со следующим.

Услугой общественного питания, в силу п. 3.1 ГОСТ Р 50764-2009, признается деятельность исполнителя (юридических лиц и предпринимателей) по удовлетворению потребностей потребителя в продукции общепита, создании условий для реализации и потребления продукции общепита, проведении досуга и в других дополнительных услугах.

Государственным стандартами установлены следующие способы реализации услуг общественного питания:

- в месте изготовления продукции;
- вне места изготовления продукции, по заказам (раздел 2 ГОСТ Р 50647-2010).

Возможность реализации изготавливаемой предприятием общественного питания продукции вне, места самого предприятия общественного питания (ресторана) путем доставки блюд до потребителя предусмотрена положениями и иных государственных стандартов.

Согласно п. 6.1 ГОСТ Р 50763-2007 "Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия", утвержденного Приказом Ростехрегулирования от 27.12.2007 N 474-ст, продукцию общепита реализуют, в том числе на вынос и на вывоз по заказам потребителей (с доставкой на дом, к рабочим местам, местам обучения и другим местам).

В силу п. 4.4 ГОСТ Р 50764-2009, услуги по организации потребления продукции общественного питания и обслуживанию также включают в себя доставку продукции общепита и обслуживание потребителей на рабочих местах и на дому, доставку продукции общепита по заказам проживающих и обслуживание в номерах гостиниц и других средствах размещения (рум-сервис).

Материалами дела установлено, что доставка ООО «Пик-Ник» осуществляется в результате двух возможных действий потребителя:

1. Потребитель приехал в кафе, выбрал товар и попросил о доставке, не желая ждать момента приготовления,
2. Информация о товарах и их описание имеется на сайте [www.palermo.fm](http://www.palermo.fm). 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 «Пик-Ник», поскольку часто бывают случаи, когда по указанному адресу никого нет, клиенты не открывают дверь или отказываются от получении и оплаты товара без объяснения причин.

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, и Продавец обязан заключить договор с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар, предложенный в его описании.

Согласно пункту 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 (получателя), 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.

Фактически посредством телефонного звонка покупатель в 100% случаев 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, в отличие от заказов через интернет-сайты или, к примеру, Почту России.

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 [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.

Кроме того, рассматриваемая рекламная информация, в сочетании с изображением готового блюда, создает у потребителя впечатление о возможности доставки именно указанного в рекламе блюда – «Боллато-Палермо», которое также имеется в меню кафе, указанном на сайте Общества.

На сайте кафе «PALERMO» [www.palermo.fm](http://www.palermo.fm) в разделе «Доставка» указывается следующее:

«Заказать – просто. Есть вкусно!!! Сделать заказ на доставку блюд по г. Бердску и в Академгородок очень просто: позвоните нашему оператору по телефону «...», назовите выбранные вами блюда, уточните время и место доставки. Мы начинаем их готовить, только приняв

Ваш заказ и индивидуально для Вас!

Онлайн заказ не доступен!

Условия доставки:

- Прием заказов с 10.00 до 23.30

- Мы доставим заказ бесплатно, если его минимальная сумма составит 400 рублей (Бердск): 450 рублей (Академгородок). Напитки не входят в стоимость доставки. Так же именинникам скидка 10%».

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

Таким образом, в рассматриваемых рекламных сообщениях ООО «Фуд программ» и ООО «Пик-Ник», 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 изображений, представленных на Интернет-сайтах, адреса сайтов указаны в рассматриваемой рекламе ([www.pelmenissimo.ru](http://www.pelmenissimo.ru) и



[www.palermo.fm](http://www.palermo.fm)). Заказы поступают по телефону, диспетчер принимает заказ и уточняет его, и уже после приготовления заказ привозится по адресу доставки. Оплачивается заказ при получении.

Следовательно, в рекламе дистанционной продажи отсутствует наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица, что является нарушением ст.8 Закона о рекламе.

Рекламная информация услуг кафе «Палермо» в журнале «АкадемLaif» размещалась в соответствии с Договором №11/15 от 11.01.2014 г., заключенным между ООО «Фаворит МК» и ООО «Пик-Ник».

Во исполнение указанного договора от 11.01.2014 г. представлен Счет № 891 от 14.01.2015 г., Счет-фактура № 891 от 14.01.2015 г., Акт № 891 от 14.01.2015 г. на выполнение работ-услуг.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе в качестве объекта рекламирования указывается дистанционный способ продажи продукции ООО «Пик-Ник».

Согласно представленным документам, макет рассматриваемой рекламной информации и согласованный ООО «Пик-Ник» 10.01.2015 г. с рекламодателем - ООО «Фаворит МК», содержал все сведения, указание которых обязательно в силу ст. 8 Закона о рекламе (ОРГН и ИНН лица, оказывающего услуги, наименование юридического лица, адрес) однако фактически указанная информация была потеряна по причине типографической ошибки, в результате чего в СМИ опубликована реклама без обязательных сведений.

Следовательно, нарушение законодательства РФ о рекламе произошло по обстоятельствам, не зависящим от ООО «Пик-Ник». Со стороны рекламодателя были приняты все необходимые меры по соблюдению законодательства о рекламе.

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.

Согласно пояснениям ИП Сандаковой И.В. (вх. № 10072 от 30.10.2015 г., рекламодатель макета цветочный салон «Белый сад»), доставка товара (цветов) клиентам осуществляется только после его полной оплаты в салоне «Белый сад».

В соответствии с Отзывом ИП Александровой Н.В. (вх. № 10212 от 05.11.2015 г., рекламодатель макета цветочный салон «Цветочная мастерская»), в объявлении указана услуга по доставке цветов, салон не занимается дистанционной продажей, доставка осуществляется только после того, как покупатель пришел в салон, выбрал цветы, оплатил товар и получил чек. После чего цветы доставляются по указанному покупателем адресу.

Рассмотрев представленные пояснения, Комиссия Новосибирского УФАС России приходит к выводу об отсутствии нарушения ст. 8 Закона о рекламе в рекламной информации ИП Александровой Н.В. и ИП Сандаковой И.В., поскольку в данном случае объектом рекламирования является сопутствующая услуга - доставка уже выбранного в месте реализации и в полном объеме оплаченного покупателем

товара по определенному адресу заранее указанным потребителем.

По факту размещения рекламной информации на стр. 25 журнала «АкадемLaif» № 4 апрель 2015 г.: «Раннее бронирование/Кредит / Мировой отдых...» Комиссией Новосибирского УФАС России установлено, что по смыслу ч.1 ст.819 Гражданского кодекса РФ, кредит – это денежные средства, предоставленные заемщику по кредитному договору банком или иной кредитной организацией (кредитором) в размере и на условиях, предусмотренных договором.

Согласно ст. 1 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (далее - Закон о банках и банковской деятельности), банк - кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц;

кредитная организация - юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка РФ (Банка России) имеет право осуществлять банковские операции, предусмотренные Законом о банках и банковской деятельности. Кредитная организация образуется на основе любой формы собственности как хозяйственное общество.

На основании ст. 12 Закона о банках и банковской деятельности, лицензия на осуществление банковских операций кредитной организации выдается после ее государственной регистрации в порядке, установленном Законом о банках и банковской деятельности и принимаемыми в соответствии с ним нормативными актами Банка России. Кредитная организация имеет право осуществлять банковские операции с момента получения лицензии, выданной Банком России.

В силу ст. 13 Закона о банках и банковской деятельности, осуществление банковских операций производится только на основании лицензии, выдаваемой Банком России. Лицензии, выдаваемые Банком России, учитываются в реестре выданных лицензий на осуществление банковских операций. В лицензии на осуществление банковских операций указываются банковские операции, на осуществление которых данная кредитная организация имеет право, а также валюта, в которой эти банковские операции могут осуществляться.

Согласно п. 6 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции), финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда,



профессиональный участник рынка ценных бумаг.

По смыслу Закона о защите конкуренции, банковская услуга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц, относится к финансовой услуге (п. 2 ст. 4 Закона о защите конкуренции).

В соответствии со ст. 5 Закона о банках и банковской деятельности, к банковским операциям относятся, в том числе привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок); размещение вышеуказанных привлеченных средств от своего имени и за свой счет.

Согласно материалам дела, между ООО «АС – Групп» и ОАО «Альфа-Банк» заключен Договор № У54010399 о сотрудничестве с торговой организацией от 17.10.2012 г., согласно которому указанный договор устанавливает порядок взаимодействия сторон при обслуживании клиентов, приобретающих в торговой точке ООО «АС – Групп» товар с оплатой за счет кредита, предоставляемого клиенту ОАО «Альфа-Банк», а также порядок передачи в банк документов клиентов, оформленных при предоставлении кредита.

Следовательно, рекламируемая услуга – продажа путевок в кредит – является финансовой услугой, подлежащей лицензированию в соответствии с ФЗ «О банках и банковской деятельности» и оказываемой кредитной организацией – ОАО «Альфа-Банк».

В соответствии с ч.1 ст. 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество).

В рекламе ООО «АС – Групп» отсутствует указания на лицо, оказывающее финансовую услугу, что является нарушением ч.1 ст. 28 Закона о рекламе.

Согласно пояснениям ООО «АС – Групп», Общество заключило договор с ООО «Фаворит МК» №20/1 от 20.01.2015г. на размещение рекламного модуля (рекламного объявления).

Рекламный модуль был изготовлен специалистами ООО «Фаворит МК» и размещен в журнале «АкадемLife» № 4 за апрель 2015 г. на странице 25.

Информация в рекламном модуле содержала следующие данные:

- «Мировой отдых» - наименование торговой марки, под которой работает ООО «АС- Групп» на рынке туристических услуг.
- «Раннее бронирование» - профессиональный термин, указывающий на возможность приобретения туристических путевок по специальным ценам, предлагаемых туристическими операторами за счет их раннего оформления.
- «Кредит» - ООО «АС-Групп», заключив договор с ОАО «Альфа-Банк», предоставляет услуги населению по оформлению заявок в кредитной системе банка, сбору необходимых документов для выдачи кредита на приобретение туристических путевок. Специалисты банка рассматривают каждую заявку и выносят решение по предоставлению кредита каждому конкретному клиенту (копия договора с ОАО «Альфа-Банк» прилагается).

Кредит оформляется непосредственно в офисе ООО «АС-Групп».

- ул. Полевая 7/1, тел.: 335-66-80, 306-36-06, ул. Русская, 1 (ТЦ «Маяк»), тел.: 306-30-96, 28-716-28 - адреса и телефоны местонахождения офисов ООО «АС-Групп», в которых оказываются туристические услуги.

ООО «АС-Групп» осуществляет турагентскую деятельность. Туристические услуги предоставляются только в офисах компании путем заключения договоров с туристами.

На рассмотрение ООО «Фаворит МК» согласилась с допущенными нарушениями, согласно ранее представленному отзыву (вх. № 8745 от 22.09.2015 г.), нарушения были допущены не намеренно, по невнимательности ответственного лица – главного редактора журнала «АкадемLaif» «...»

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ст.8 и ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе несет рекламодатель и рекламодатель.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно сведениям официального сайта Роскомнадзора РФ, учредителем СМИ журнала «АкадемLaif» является ООО «Фаворит МК» на основании Свидетельства ПИ № ТУ 54-00232.

Рекламная информация о кафе «Пельмениссимо» размещалась на основании Договора №20/15 от 20.01.2014 г., заключенному между ООО «Фаворит МК» и ООО «Фуд программ».

Согласно представленным документам, макет рассматриваемой рекламной согласовывался путем обмена сообщениями, направляемыми по средствам электронной почты между сторонами, который не сохранился в результате истечения срока его хранения в файлообменнике, во исполнение указанного договора от 20.01.2014 г. представлены Акты № 916 от 13.03.2015 г., № 942 от 21.04.2015 г. на выполнение работ-услуг, по которым работы выполнены в полном объеме и в срок и с надлежащим качеством, стороны претензий друг к другу не имеют.

Следовательно, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Фуд программ».

Рекламная информация: «Раннее бронирование/Кредит / Мировой отдых...», размещалась по Договору №20/15 от 20.01.2014 г., заключенному между ООО «Фаворит МК» и ООО «АС-Групп».

Согласно представленным документам, макет рассматриваемой рекламной информации был согласован и подписан директором ООО «АС-Групп» Лоик Т.В. 20.03.2015 г., во исполнение указанного договора от 20.01.2014 г. представлен Акт № 989 от 20.03.2015 г. на выполнение работ-услуг, по которому работы выполнены в

полном объеме и в срок и с надлежащим качеством, стороны претензий друг к другу не имеют.

Следовательно, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «АС-Групп».

Таким образом, с учетом изложенного, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Фаворит МК», рекламодателями - ООО «Пик-Ник», ООО «Фуд программ» и ООО «АС-Групп».

По условиям договоров, заключенных между ООО «Фаворит МК» и рекламодателями, ответственность за нарушение обязательств по договору стороны несут в порядке, предусмотренном законодательством РФ (п. 5.1.).

Как указывалось выше, ООО «Пик-Ник» представило макет, содержащий все необходимые сведения в соответствии с требованиями ст.8 Закона о рекламе, Следовательно, макет вышел в печать с нарушением Закона о рекламе по вине ООО «Фаворит МК», нарушения законодательства о рекламе в действиях ООО «Пик-Ник» не усматривается.

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

Решением Комиссии Новосибирского УФАС России ООО «Фаворит МК» 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;

- ч.1 ст. 28 Закона о рекламе: реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

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

Время совершения административного правонарушения – январь, март- май 2015 г.

Место совершения административного правонарушения – г. Новосибирск.

На рассмотрении дела» директор ООО «Фаворит МК» «...», согласилась с наличием административного правонарушения.

Из материалов дела, следует, что у ООО «Фаворит МК» имелась возможность для

соблюдения правил и норм, за нарушение которых Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Согласно ч.3 ст.2.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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 привлечения общества с ограниченной ответственностью «Фаворит МК» к административной ответственности на момент вынесения настоящего постановления не истек.

Учитывая характер правонарушения, имущественное и финансовое положение, наличие смягчающих обстоятельств, отсутствие отягчающих обстоятельств, руководствуясь статьями 14.3, 23.48 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

#### ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Фаворит МК» (ОГРН 1105473002733 от 09.03.2010г., ИНН 5408278379, юридический адрес: 630058, г. Новосибирск, ул. Русская, д. 39), виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

2. Применить к обществу с ограниченной ответственностью «Фаворит МК» меру ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) 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.

Реквизиты для уплаты административного штрафа: р/с 40101810900000010001 в Сибирском ГУ Банка России г. Новосибирск, БИК 045004001, получатель: УФК по Новосибирской области (Новосибирское УФАС России), ИНН 5405116098 / КПП 540501001, код БК 161 116 26000 01 6000 140, ОКТМО 50701000 назначение платежа: административный штраф за нарушение законодательства РФ о рекламе.

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.

В соответствии с ст. 31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях

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.

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 требования статьи 29.11 Кодекса РФ об административных правонарушениях, резолютивная часть данного Постановления по делу об административном правонарушении объявлена немедленно по окончании рассмотрения дела.