

РЕШЕНИЕ:

по делу № 043/05/8-106/2022

Резолютивная часть решения оглашена 25 апреля 2022 года

В полном объеме решение изготовлено 13 мая 2022 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председателя Комиссии:

<...>;

Членов Комиссии:

<...>,

<...>,

рассмотрев материалы дела № 043/05/8-106/2022, возбужденного в отношении:

- <...>;

- <...>,

в присутствии:

- <...>;

УСТАНОВИЛА:

в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление физического лица <...> по вопросу распространения на Интернет - странице [https:// <...>/](https://<...>) рекламной информации с заголовком: «*6 тысяч пробников духов: как не ошибиться в выборе парфюма и сэкономить на покупке*», содержащей, по мнению заявителя, нарушение рекламного законодательства.

Из информации, размещенной на сайте [https:// <...>/](https://<...>), следует, что учредителем СМИ «www.gorodkirov.ru» является ООО «Фогран». ООО «Фогран» в письме от 28.12.2021 сообщило, что в соответствии с п. 1.3. Устава редакции средства массовой информации сетевого издания «WWW.GORODKIROV.RU» от 02.11.2021 г. редакцией СМИ является <...>, который заключает договоры на размещение материалов.

Определением от 11.02.2022 было возбуждено дело № 043/05/8-106/2022 в отношении <...> по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5, ст. 8 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 10.03.2022.

В рекламной статье с заголовком: «6 тысяч пробников духов: как не ошибиться в выборе парфюма и сэкономить на покупке», размещенной на Интернет - странице [https:// <...>](https://<...>), указан абонентский номер 8-<...>. Кировским УФАС было установлено, что абонентский номер 8-<...> выделен ООО «НОВОСИСТЕМ» по агентскому договору <...>, заключенному с ПАО «Ростелеком» <...>. ООО «НОВОСИСТЕМ» в письме <...> сообщило, что указанный абонентский номер принадлежит с 25.01.2018 по настоящее время <...>.

Определением от 10.03.2022 рассмотрение дела было отложено на 25.04.2022 в связи с необходимостью привлечения к рассмотрению дела № 043/05/8-106/2022 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, <...>.

На заседании Комиссии 25.04.2022 г. <...> поддержал позицию по рассматриваемому делу, представленную письмом <...>.

<...>, уведомленный надлежащим образом о дате, месте и времени рассмотрения дела № 043/05/8-106/2022, на заседании Комиссии не явился, представителя не направил, ходатайств не заявлял, письмом <...> представил запрошенные определением документы.

Исследовав имеющиеся в материалах дела документы, Комиссия Кировского УФАС России пришла к следующим выводам.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального 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.

Согласно п. 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования – это 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.

В соответствии с п. 3 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная информация содержит все юридически значимые признаки рекламы, поскольку такая информация:

- распространена в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на Интернет - странице [https:// <...>](https://<...>);

- адресована неопределенному кругу лиц, т.е. тем лицам (потребителям), которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации

и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (интернет-магазину «АлльюрПарфюм» и реализуемой в нем продукции).

Как следует из ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Недостоверной рекламой согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 Федеральный закон «О рекламе» является реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Как разъяснено в пункте 29 Постановления N 58, при решении вопроса о признании рекламы недостоверной необходимо исходить из того, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре, его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Рассматриваемая реклама содержит в том числе следующую информацию: «У многих из нас есть свои любимые ароматы, но найти идеальный парфюм не так-то просто. Что делать, если не хочется часами бродить по магазину и разочароваться, рассказала наша читательница Екатерина...«Поделилась с коллегой историей о неудачной покупке, а она мне рассказала про интернет-магазин «АлльюрПарфюм». Я зашла на [сайт](#) и не поверила своим глазам...«АлльюрПарфюм» - просто находка для любителей парфюмерии! Лучший помощник в выборе аромата!».

При этом, в реклама не приведен критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Вместе с тем, Комиссия приходит к выводу, что фраза «АлльюрПарфюм» - *просто находка для любителей парфюмерии! Лучший помощник в выборе аромата!»* представляет собой выражение субъективного мнения и взгляда потребителя о деятельности интернет -магазина «АлльюрПарфюм». Указанные в рекламной статье суждения являются оценочными и выражают мнение потребителя.

В связи с чем, Комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу об отсутствии в вышеуказанной рекламе нарушения требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

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. Исходя из информации, распространенной на Интернет - странице [https:// <...>/](https://<...>/) сведения о продавце не указаны.

В силу части 2 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).

Аналогичное определение продажи товаров дистанционным способом даны в статье 26.1 Федерального закона от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей".

Продажа рекламируемого товара осуществляется дистанционным способом (посредством интернет - магазина «АллюрПарфюм» по адресу [https:// <...>/](https://<...>/)).

В данном случае ознакомление потребителем с предложенными продавцом товарами происходит посредством изучения каталогов и фотоснимков, исключается возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении договора. Решение о выборе конкретного товара из представленного ассортимента и совершении покупки покупатель принимает до оформления заказа, его доставки и оплаты.

Соответственно, рассматриваемая информация является рекламой товаров при дистанционном способе продажи.

В спорной рекламе, распространенной на Интернет - странице [https:// <...>/](https://<...>/), отсутствуют сведения о продавце, реализующем свои товары дистанционным способом, а именно не указаны фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, что нарушает требования ст. 8 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 6, 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований законодательства РФ о рекламе по статье 8 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламораспространитель.

Согласно п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламораспространителем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из представленных в материалы дела документов и сведений, следует, что спорная рекламная информация была размещена по заявке <...> от 17.09.2021,

направленной в адрес <...>, в рамках договора <...>. По указанному договору исполнитель <...> по заявлению заказчика <...> публикует рекламные и/или информационные материалы на своих онлайн-ресурсах.

Фактическое исполнение договора <...> подтверждается счетом <...>, актом <...>, платежным поручением <...>.

Таким образом, Комиссией Кировского УФАС России установлено, что рекламодателем спорной рекламы является <...>, а рекламораспространителем <...>, которые несут ответственность за нарушение требований ст. 8 Федерального закона «О рекламе».

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее – Правила).

Согласно пункту 44 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, на момент вынесения решения доказательств устранения нарушения требований ст. 8 Закона о рекламе <...> представлено не было.

В связи с чем, Комиссия считает целесообразным выдать <...> предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении <...> и <...>.

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п. 37 – 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия Кировского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламную информацию с заголовком: «6 тысяч пробников духов: как не ошибиться в выборе парфюма и сэкономить на покупке»

размещенной на Интернет - странице [https:// <...>/](https://<...>/), так как она противоречит требованиям статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать <...> предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении <...> и <...>.

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