

## РЕШЕНИЕ

по делу № 06-10.1/76-2016

15 ноября 2016 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 06-10.1/76-2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «Юпитер-Омск» (далее – ООО «Юпитер-Омск», Общество) в кабинах лифтов жилых домов города Омска в сентябре 2016 года рекламы, содержащей признаки нарушения требований статей 8 и 9, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Юпитер-Омск» (местонахождение: ул. Герцена, 51/53, г. Омск, 644043) – <...> (доверенность № ЮО-01 от 01 апреля 2016 года)

### УСТАНОВИЛА:

В Омское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. 7514э от 04.10.2016) по факту распространения в лифте жилого дома по адресу: г. Омск, ул. Жуковского, 31/1, подъезд 4 рекламы, нарушающей, по мнению заявителя, требования Федерального закона «О рекламе».

В целях рассмотрения поступившего обращения Омским УФАС России был сделан запрос ООО «Юпитер-Омск», осуществляющему размещение рекламы в лифтах жилых домов, о предоставлении копий рекламных баннеров, размещенных на рекламоносителях в кабинах лифтов жилых домов города Омска в сентябре 2016 года.

В то же время для фиксации факта распространения рекламы специалистами Омского УФАС России был произведен выезд по адресу, указанному в обращении.

На запрос Омского УФАС России ООО «Юпитер-Омск», представлены рекламные баннеры (секторы 3 и 4), размещенные в кабинах лифтов жилых домов города Омска в сентябре 2016 года.

В результате проверки рекламы, размещенной в кабине лифта жилого дома по адресу: г. Омск, ул. Жуковского, 31/1, подъезд 4 (сектор № 4\_467), Омским УФАС России были установлены факты распространения рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

1. Статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

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

В силу пункта 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).

Информация о доставке еды подпадает под понятие дистанционного способа продажи товаров, следовательно, в такой рекламе должна быть указана информация, предусмотренная статьей 8 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе доставки суши «Закажите доставку на Омск.кушай суши.РФ 79-00-91. НЕВЕРОЯТНО! 299р самовывоз 499р доставка. Включены добавки на две персоны. Доставка в любой район города бесплатно. Роллы по 99 рублей» информация о продавце товара отсутствует.

Таким образом, отсутствие обязательной информации о продавце, реализующем свои товары дистанционным способом, противоречит требованиям статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

2. Статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В рекламе «МЕХАPLAZA соверши любую покупку в гипермаркете верхней одежды Мехаплаза и стань участником супер-розыгрыша! Главный приз норковая шуба. ТОЦ «Фестиваль сити», цокольный этаж. Подробности акции у продавцов-консультантов. 70 лет Октября, 19, телефон: (3812) 927-729» необходимые сведения о стимулирующем мероприятии отсутствуют.

Содержащаяся в рекламе информация о возможности получения подробной информации о розыгрыше у продавцов-консультантов не может свидетельствовать о соблюдении требований статьи 9 Федерального закона «О рекламе», поскольку затрудняет возможность ознакомления со всеми условиями и правилами проведения стимулирующего мероприятия. Отсутствующая в рекламе

информация о сроках и правилах проведения такого мероприятия, а также о сроках, месте и порядке получения призов является для потребителя рекламы существенной для принятия решения об участии в проводимом мероприятии.

3. Части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

При этом в силу части 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

В соответствии с [пунктом 2 статьи 4](#) Федерального закона «О защите конкуренции» финансовая услуга это - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

В рекламе финансовых услуг компании «ПартнерИнвест» по предоставлению денежных займов «ПартнерИнвест. Надежность – проверенная временем. Займы под залог -автомобиля -недвижимости –ПТС т.90-22-22, пр.Карла Маркса, 36 [www.zalog-omsk.ru](http://www.zalog-omsk.ru)» отсутствует полная информация о лице, оказывающем услуги по предоставлению займов.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу частей 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьями 8 и 9, частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», несут рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ООО «Юпитер-Омск» является рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рассмотрев материалы дела, заслушав объяснения представителя Общества, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «Юпитер-Омск» требований статей 8 и 9, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы в кабинках лифтов жилых домов города Омска в сентябре 2016 года.

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 доставки суши (ООО «Дело вкуса»), магазина «МЕХАРPLAZA», компании «ПартнерИнвест», распространенную ООО «Юпитер-Омск» в сентябре 2016 года в кабине лифта жилого дома по адресу: г. Омск, ул. Жуковского, 31/1, подъезд 4, поскольку в ней нарушены требования статей 8 и 9, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Юпитер-Омск» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 16 ноября 2016 года.

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

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 06-10.1/76-2016

15 ноября 2016 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, на основании своего решения от 15.11.2016 по делу № 06-10.1/76-2016 о признании ненадлежащей рекламы, распространенной ООО «Юпитер-Омск» в кабинках лифтов жилых домов города Омска в сентябре 2016 года, нарушающей требования статей 8 и 9, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

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, пунктом 3.56.1. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Юпитер-Омск» (ОГРН 1165543062057, ИНН 5503161042, местонахождение: ул. Герцена, 51/53, г. Омск, 644043) в срок до 05 декабря 2016 года прекратить нарушение:

- статьи 8 Федерального закона «О рекламе», а именно: в рекламе доставки суши на Омск.кушай суши.РФ в полном объеме указывать сведения о продавце товара

(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);

- статьи 9 Федерального закона «О рекламе», а именно: в рекламе магазина «МЕХАPLAZA» указывать информацию о сроках проведения стимулирующего мероприятия, об источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения;

- части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно: в рекламе компании «ПартнерИнвест» указывать полное наименование или имя лица, оказывающего услуги по предоставлению займов.

2. ООО «Юпитер-Омск» представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 06 декабря 2016 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф 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.