

## РЕШЕНИЕ

Дата принятия решения: 22 января 2014 года  
Иваново

г.

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе (далее - Комиссия):<...>,

рассмотрев дело № 02-35/2013-055, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

- в отсутствие заявителя – <...>, надлежащим образом уведомленной о дате, времени и месте рассмотрения дела,

- в присутствии законного представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе Общества с ограниченной ответственностью «Издательский Дом Эксодус» (<....>) – <...>,

- в присутствии представителя заинтересованного лица Общества с ограниченной ответственностью «Коктейль» (<...>) – <...> по доверенности,

- в присутствии законного представителя заинтересованного лица Общества с ограниченной ответственностью «Частник» (<...>) – <....>,

### УСТАНОВИЛА:

В Ивановское УФАС России поступило заявление от жителя г. Иваново, в котором содержится информация о наличии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, заявитель указал, что в нарушение ст. 8 Закона о рекламе в г.Иваново распространяется Городской телефонный справочник «АВТО 37» №2, на обложке которого размещена реклама следующего содержания: «ЯПОКИКО Время работы: с 11:00 до 23:00 тел. 30-00-05 Закажи 6 раз в течение 2-х месяцев доставку на дом на сумму от 1000 руб., собери 6 наклеек и получи сет из ролл в подарок! Адрес: Аптечный переулок 2\1». К заявлению было приложено указанное печатное издание.

Рассматриваемая реклама содержала признаки нарушения ст.8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), согласно которой 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.

При этом ООО «Коктейль» в своих письменных пояснениях (вх. №4106 от 12.12.2013) сообщило, что указанная в рекламе ресторана «Япо-ки-ко» акция Обществом не проводилась.

Следовательно, реклама ресторана «Япо-ки-ко» содержала также признаки

нарушения п.12 ч.3 ст.5 Закона о рекламе, согласно которой недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара.

За нарушение требований ст. 8 Закона о рекламе согласно ч. 6 и ч.7 ст. 38 данного закона ответственность несут как рекламодаделец, так и рекламодатель. За нарушение требований п.12 ч.3 ст.5 Закона о рекламе согласно ч.6 данного Закона ответственность несет рекламодаделец.

Факт распространения указанной рекламы подтверждается: заявлением, экземпляром указанного печатного издания.

Ивановским УФАС России по данному факту 27 декабря 2013 года возбуждено дело № 02-35/2013-055 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, выслушав объяснения участвующих в деле лиц, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащей является реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ст. 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- призвана формировать и поддерживать интерес к объектам рекламирования, способствует их продвижению на рынке;
- направлена на привлечение внимания к ресторану «Япо-ки-ко», а также связанной с доставкой блюд акции.

В своих письменных пояснениях (вх. № 3801 от 11.11.2013) ООО «Издательский Дом Эксодус» ссылается на то, что рассматриваемая реклама является рекламой продажи товара с условием о его доставке покупателю, а не продажей товара дистанционным способом. При этом ООО «Издательский Дом Эксодус» считает, что особенность дистанционного способа продажи заключается в том, что покупатель вносит оплату за товар без предварительного ознакомления с ним. Также свой заказ потребитель может сделать по указанному в рекламе телефону, факт оплаты не является необходимым условием для начала доставки, заказ оплачивается после доставки и приемки покупателем по количеству и качеству.

ООО «Коктейль» в своих письменных пояснениях (вх. №4106 от 12.12.2013) дополнительно указывает на то, что доставка готовых блюд и напитков не может быть признана продажей товаров дистанционным способом, поскольку в силу

положений Правил продажи товаров дистанционным способом ею признается продажа по договору розничной купли-продажи. При этом в соответствии с п.2 Правил оказания услуг общественного питания, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 15.08.1997 № 1036, (далее - Правила оказания услуг общественного питания) под исполнителем понимается организация независимо от организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, оказывающие потребителю услуги общественного питания по возмездному договору.

Однако, понятие «возмездный договор» приведено в ч.1 ст. 423 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), где договор, по которому сторона должна получить плату или иное встречное предоставление за исполнение своих обязанностей, является возмездным.

В соответствии с ч.1 и ч.3 ст. 492 ГК РФ по договору розничной купли-продажи продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, обязуется передать покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью. К отношениям по договору розничной купли-продажи с участием покупателя-гражданина, не урегулированным настоящим Кодексом, применяются [законы](#) о защите прав потребителей и иные правовые акты, принятые в соответствии с ними.

В ч. 1 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» дается понятие «товара», где товар - это объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно [ч.2](#) и ч.3 ст.497 ГК РФ 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 содержит ч.1 и ч.2 ст.26.1 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «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 исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара) способами. 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.

Согласно ч. 2 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (далее – Правила продажи товаров дистанционным способом), 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 с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети Интернет, а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

Частью 8 указанных Правил продажи товаров дистанционным способом установлено, что продавец должен до заключения договора розничной купли-продажи предоставить покупателю информацию об основных потребительских свойствах товара и адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, полном фирменном наименовании (наименовании) продавца, 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.

В соответствии с Правилами оказания услуг общественного питания исполнитель также обязан в наглядной и доступной форме довести до сведения потребителей необходимую и достоверную информацию об оказываемых услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Наряду с этим, согласно ч.1 ст. 433 ГК РФ договор признается заключенным в момент получения лицом, направившим оферту, ее акцепта. Указанная норма корреспондируется с ч. 18, 20 Правил продажи товаров дистанционным способом, где указано, что обязательства продавца по передаче товара и иные обязательства, связанные с передачей товара, возникают с момента получения продавцом соответствующего сообщения покупателя о намерении заключить договор. Договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар.

Из изложенного следует, что момент заключения договора розничной купли-продажи при дистанционном способе продажи не ставится в зависимость от момента оплаты товара и выдачи чека, а определяется моментом сообщения покупателем продавцу своего намерения приобрести товар.

В своих объяснениях ООО «Коктейль» (вх. № 4106 от 12.12.2013) сообщило, что заказ товара из ресторана «Япо-ки-ко» осуществляется по телефону. Следовательно, до оформления заказа у покупателя отсутствует возможность непосредственного

ознакомления с товаром либо образцом товара.

Таким образом, установлено, что продажа товара из ресторана «Япо-ки-ко» дистанционным способом осуществляется, но при этом не является объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе. Исходя из изложенного, Комиссия пришла к выводу об отсутствии в указанной рекламе нарушения ст.8 Закона о рекламе.

Ранее в своих письменных пояснениях ООО «Коктейль» (вх. № 4106 от 12.12.2013) сообщило, что сайт [www.yapokiko.ru](http://www.yapokiko.ru) является сайтом ресторана «Япо-ки-ко» в г.Иваново (ООО «Коктейль»). При осмотре указанного Интернет-сайта установлено, что на нем присутствует аналогичная опубликованной в рекламе информация об акции ресторана «Япо-ки-ко».

На рассмотрении дела №02-35/2013-055 представитель ООО «Издательский Дом Эксодус» факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не признала, поддержав изложенные письменно доводы. Дополнительно представитель пояснила, что текст об акции ресторана «Япо-ки-ко» был предоставлен рекламодателем. При этом сотрудники ООО «Издательский Дом Эксодус» при разработке макета знакомилась с информацией, размещенной на сайте ресторана по адресу: [www.yapokiko.ru](http://www.yapokiko.ru). Макет указанной рекламы с представителем рекламодателя согласовывался только устно. Публикация рекламы оплачена, претензий от рекламодателя не поступало. В настоящее время рассматриваемая реклама не распространяется.

По обстоятельствам дела представитель ООО «Коктейль» факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не признала, поддержав изложенные письменно доводы. Дополнительно представитель пояснила, что макет рассматриваемой рекламы с директором Общества в письменном виде не согласовывался, иной информации о публикации указанной рекламы представитель предоставить в материалы дела не может, т.к. ответственный за размещение указанной рекламы маркетолог больше не работает в ООО «Коктейль». По вопросу размещения идентичной информации об указанной в рекламе акции на сайте ресторана, представитель ООО «Коктейль» подтвердила, что сайт [www.yapokiko.ru](http://www.yapokiko.ru) является сайтом ООО «Коктейль» и пояснила, что размещение информации на сайте также осуществлялось маркетологом.

Таким образом, рассматриваемую рекламу о проведении указанной акции ресторана «Япо-ки-ко» нельзя признать достоверной, поскольку она содержит не соответствующие действительности сведения о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара.

Руководствуясь частью 2 пункта 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 рекламу следующего содержания: «ЯПОКИКО Время работы: с 11:00 до 23:00 тел. 30-00-05 Закажи 6 раз в течение 2-х месяцев доставку на дом на сумму от 1000 руб., собери 6 наклеек и получи сет из ролл в подарок! Адрес: Аптечный

переулок 2\1», опубликованную на обложке Городского телефонного справочника «АВТО 37» №2, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.12 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать, в связи с прекращением распространения указанной рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ивановского УФАС России для решения вопроса в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 31 января 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.