

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ 143/16

Резолютивная часть решения оглашена «02» марта 2017 г

Решение в полном объеме изготовлено «17» марта 2017 г.  
Новосибирск

г.

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

<...>

рассмотрев дело № 143/16, по факту распространения в июне 2016 г. в лифтах многоквартирных жилых домов по ул. Гэсстроевская, 2/1 и м-рн Горский, 10 в г. Новосибирске на стенде компании «ГринМедиа» рекламной информации, с признаками нарушения:

- ст. 8 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе): 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;

- ст. 12 Закона о рекламе: рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное;

- ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе: реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. 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 должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства);

- ч.7 ст. 28 Закона о рекламе: реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом,

в отсутствии:

заявителя – физическое лицо «...» (не явился, уведомлен надлежащим образом),  
лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ИП Демина Ю.А. (не явился, уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

22.06.2016 г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области поступило обращение физического лица (вх. № 5648, 5649, 5650) по факту размещения в июне 2016 г.:

- в лифте многоквартирного жилого дома по ул. Гэсстроевская, 2/1 в г. Новосибирске информации следующего содержания:

«Маммологический центр «Вера»/Станиславского, 3/1, 4-й этаж/УЗИ /низкие цены/ЛОР <...> /прием детей (0+) и взрослых / диагностика и лечение всех видов амбулаторной ЛОР-патологии/292 05 95 / 292 78 42...»;

«Только в июне!/ kv54.com/ 202-22-41/ Переезжайте в новую квартиру в кирпичном доме, рядом с вами 1600 т.р....»;

«Доставляем шашлык несмотря ни на что 325-05-02\Звоните круглосуточно \ Шатун...» (с изображением товара).

- в лифтах многоквартирного жилого дома м-рн Горский, 10 в г. Новосибирске информации следующего содержания:

«Доставляем шашлык несмотря ни на что 325-05-02\Звоните круглосуточно \ Шатун...» (с изображением товара).

Новосибирским УФАС России по данным фактам возбуждено данное дело, в ходе рассмотрения которого установлено следующее.

Согласно ст. 8 Закона о рекламе, 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 соответствии со ст. 26.1 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей», дистанционным способом продажи является такой способ, когда договор розничной купли-продажи заключается на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными исключаящими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара) способами.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 N 612

утверждены Правила продажи товаров дистанционным способом, которыми регулируются порядок продажи товаров дистанционным способом, отношения между покупателем и продавцом при продаже товаров дистанционным способом и оказании в связи с такой продажей услуг.

Согласно п. 9 Правил продажи товаров дистанционным способом, продавец в момент доставки товара обязан довести до сведения покупателя в письменной форме информацию (для импортных товаров - на русском языке) включающую, в том числе, наименование технического регламента или иное обозначение, установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара; сведения об основных потребительских свойствах товара (работ, услуг); правила и условия эффективного и безопасного использования товаров; сведения об обязательном подтверждении соответствия товаров (услуг) обязательным требованиям, обеспечивающим их безопасность для жизни, здоровья покупателя, окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу покупателя в соответствии с законодательством Российской Федерации; сведения о правилах продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг).

В соответствии с пунктом 17 Правил продажи товаров дистанционным способом, организация, осуществляющая продажу товаров дистанционным способом, предоставляет покупателю каталоги, буклеты, проспекты, фотографии или другие информационные материалы, содержащие полную, достоверную и доступную информацию, характеризующую предлагаемый товар.

Таким образом, статьей 26.1 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» регулируются отдельные условия реализации договора розничной купли-продажи, охватываемые понятием «дистанционный способ продажи товара». На договор, заключенный указанным способом, распространяются нормы гражданского законодательства о договоре розничной купли-продажи и нормы законодательства о защите прав потребителей, не противоречащие специальным нормам о договоре дистанционной продажи. При этом рассматриваемый договор имеет два характерных признака: во-первых, отсутствие прямого, непосредственного контакта потребителя с товаром либо его образцом до заключения договора и в момент его заключения, и, во-вторых, определение средств ознакомления с товаром: каталоги, буклеты, проспекты, фотоснимки, средства связи и иное.

Следовательно, в данном случае у потребителя отсутствует прямой, непосредственный контакт с товаром либо его образцом до заключения договора, ознакомление товара происходит посредством изучения фотоснимков, указанных в рекламе.

Согласно 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.

Таким образом, в рассматриваемой рекламной информации одним из объектов рекламирования является дистанционный способ продажи товара, указанного и изображенного в рекламном объявлении.

Следовательно, в рекламе: «Доставляем шашлык несмотря ни на что 325-05-02\Звоните круглосуточно \ Шатун...», отсутствуют сведения, указание которых обязательно в силу ст. 8 Закона о рекламе.

Реклама гриль-бара «Шатун», распространяемая в июне 2016 г., размещалась на основании Договора № 216 от 16.05.2016 г., заключенный с гр. <...>. и Акт № 216 от 20.06.2016 г. на выполнение работ-услуг.

При рассмотрении рекламной информации о «Маммологическом центре «Вера», размещенной в июне 2016 г., Новосибирским УФАС России установлено, что в соответствии с отраслевым стандартом "Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении", утвержденным приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 22.01.2001г. N 12, медицинская услуга - это мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

В рекламе указаны услуги: УЗИ, диагностика и лечение всех видов амбулаторной ЛОР-патологии, которые в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 года N 1664н, относятся к медицинским услугам.

В силу ч. 7 ст. 24 Закона «О рекламе», реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. 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 должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Поскольку распространенная реклама направлена на формирование у потребителя желания воспользоваться услугами, то существенной является не только информация привлекательная для потребителя, но и информация способная обмануть ожидания, сформированные такой рекламой. Отсутствие информации с предупреждением о наличии противопоказаний при применении медицинских услуг (получении определенного назначенного лечения пациентом, которому противопоказано назначенное лечение) необходимости предварительной консультации может привести к неблагоприятным последствиям для потребителя.

В данном случае, поскольку обязательная предупредительная надпись в рекламе отсутствует, нарушается требование ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Размещение рекламы медицинских услуг осуществлялось на основании Договора № 205 от 15.05.2016 г., заключенного с ООО «МЦ Вера» и Акт № 205 от 20.06.2016 г. на выполнение работ-услуг.

Согласно материалам дела, реклама: «Только в июне!/ kv54.com/ 202-22-41/ Переезжайте в новую квартиру в кирпичном доме, рядом с вами 1600 т.р....» распространялась в июне 2016г., следовательно, рекламные материалы, на основании которых осуществлялось распространение указанной рекламы, должны храниться до июня 2017г.

На основании ст. 12 Закона о рекламе, рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.

В соответствии с пояснениями ИП Демина Ю.А. (вх. № 6894 от 28.07.2016 г.), договор по рекламе «Переезжайте в новую квартиру...» не представляется возможным представить, так как работа с рекламодателем производилась по устному соглашению. В связи с поступлением запроса от Новосибирского УФАС России, заказчику было предложено подписать письменный договор, однако представитель заказчика пояснил, что юридическое лицо прекратило свою деятельность, подписать договор не представляется возможным.

Согласно информации с сайта nalog.ru ООО «ДомСтрой» (ИНН 5401349983) продолжает осуществлять деятельность, записи о прекращении/ликвидации/реорганизации отсутствуют.

08.02.2017 г. на рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России представитель ИП Демина Ю.А. указал, что хотя и отсутствует договор с рекламодателем на размещение рекламной информации: «Только в июне!/ kv54.com/ 202-22-41/ Переезжайте в новую квартиру в кирпичном доме, рядом с вами 1600 т.р...», но имеется документ об оплате и макет, которые могут быть предоставлены по запросу антимонопольного органа.

Комиссия Новосибирского УФАС пришла к выводу об отложении данного дела в связи с необходимостью получения дополнительных материалов.

01.03.2017 г. представителем ИП Демина Ю.А. были представлены следующие документы (вх. № 1802 от 01.03.2017 г.): макет, копия квитанции об оплате услуг за размещение рекламы от 25.04.2016 г., рекламный плакат.

Согласно пояснениям, рекламодатель рекламного объявления «Только в июне!/ kv54.com...» отказался от подписания акта выполненных работ, в связи с чем указанный документ ИП Деминым Ю.А. не может быть представлен.

Комиссия Новосибирского УФАС России, рассмотрев представленные материалы и пояснения, приходит к выводу об отсутствии признаков нарушения ст. 12 Закона о рекламе в действиях ИП Демина Ю.А.

В силу ч.7 ст. 28 Закона о рекламе, реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания)

многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом.

На сайте [www.kv54.com](http://www.kv54.com), указанном в данной рекламе, предлагаются к продаже объекты недвижимости, в том числе в строящихся домах. При этом в рассматриваемом рекламном объявлении не указываются сведения, позволяющие достоверно определить конкретный объект недвижимости (отсутствует его адрес, застройщик, ссылка на проектную декларацию, иное). Достоверно установить, что фраза: «...переезжайте в новую квартиру в кирпичном доме, рядом с вами \_ 1600 т.р....» характеризует объект недвижимости, реализуемый на условиях договоров долевого участия, не представляется возможным.

В связи с чем, факт нарушения ч.7 ст. 28 Закона о рекламе материалами дела не подтверждается.

На рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России представитель ИП Демина Ю.А. согласился с наличием нарушений требований ст.8 и ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Также указал, что ввиду отсутствия юриста в штате компании не всегда удастся отследить соответствие всех рекламных материалов действующему законодательству, однако в соответствии с п. 7.1. Договора ответственность за содержание рекламных материалов лежит на рекламораспространителе.

С июля 2016 г. ИП Демин Ю.А. заключил договор юридического обслуживания с ИП Тихоновым А.О., на предмет проверки рекламных материалов соответствию действующему законодательству, которые проверяет все рекламные макеты распространителя.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ст.8,12, ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Согласно ст. 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Комиссия Новосибирского УФАС России установила, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Деминым Ю.А., следовательно, в его действиях содержатся нарушения требований ст. 8, ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителей сторон Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать индивидуального предпринимателя Демина Ю. А. (ОГРН 412547616507880 от 13.06.2012 г., ИНН 540451901102) нарушившим требования:

- ст. 8 Закона о рекламе: 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. 7 ст. 24 Закона о рекламе: реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. 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 должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства),

а информацию, размещенную в июне 2016 г.:

- в лифте многоквартирного жилого дома по ул. Гесстроевская, 2/1 в г. Новосибирске следующего содержания:

«Маммологический центр «Вера»/Станиславского, 3/1, 4-й этаж/УЗИ /низкие цены/ЛОР <...> /прием детей (0+) и взрослых / диагностика и лечение всех видов амбулаторной ЛОР-патологии/292 05 95 / 292 78 42...»;

«Доставляем шашлык несмотря ни на что 325-05-02\Звоните круглосуточно \ Шатун...»,

- в лифте многоквартирного жилого дома м-рна Горский, 10 в г. Новосибирске следующего содержания:

«Доставляем шашлык несмотря ни на что 325-05-02\Звоните круглосуточно \ Шатун...», ненадлежащей рекламой.

2. Выдать ИП Демину Ю.А. предписания о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1,5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ПРЕДПИСАНИЕ № 01-143/16

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

17 марта 2017 г.

г.

Новосибирск

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы - И.В. Волохина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы

В.Ю. Строгин – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 17 марта 2017 г. по делу № 143/16 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в июне 2016 г. в лифте многоквартирного жилого дома по ул. ГЭСстроевская, 2/1 в г. Новосибирске, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю Демину (ОГРН 412547616507880 от 13.06.2012 г., ИНН 540451901102) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы, с нарушением требований:

- ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе: реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. 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 должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства), в том числе рекламу следующего содержания:

«Маммологический центр «Вера»/Станиславского, 3/1, 4-й этаж/УЗИ /низкие цены/ЛОР <...>/прием детей (0+) и взрослых / диагностика и лечение всех видов амбулаторной ЛОР-патологии/292 05 95 / 292 78 42...».

2. ИП Демину Ю.А. представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 20 апреля 2017 г.

В соответствии с ч.2.4 ст.19.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях, невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе или законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа об отмене либо изменении противоречащего законодательству Российской Федерации о рекламе акта федерального органа исполнительной власти, акта органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации или акта органа местного самоуправления влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

ПРЕДПИСАНИЕ № 02-143/16

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

17 марта 2017 г.

г.

Новосибирск

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы - И.В. Волохина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы

В.Ю. Строгин – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 17 марта 2017 г. по делу № 143/16 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в июне 2016 г. в лифтах многоквартирных жилых домов по ул. Гэсстроевская, 2/1 и м-рн Горский, 10 в г. Новосибирске, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...> (ОГРН 412547616507880 от 13.06.2012 г., ИНН 540451901102) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы, с нарушением

требований:

- ст. 8 Закона о рекламе: 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 том числе рекламу следующего содержания:

«Доставляем шашлык несмотря ни на что 325-05-02\Звоните круглосуточно \ Шатун...».

2. ИП Демину Ю.А. представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 20 апреля 2017 г.