

# РЕШЕНИЕ

По делу № 69/33-2012 в отношении ООО «Телесемь» в Туле» по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

**2 апреля 2012 года**

**г. Тула**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- > ,

рассмотрев дело № 69/33-2012 в отношении ООО «Телесемь» в Туле» (Тула, ул. Демонстрации, д. 27, корп. 1, подъезд 5) по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в присутствии представителей ООО «Телесемь» в Туле» < --- > ,

## **УСТАНОВИЛА:**

В журнале «Телесемь» № 14 (382) 2012 г.

- на странице 17 размещена реклама стимулирующего мероприятия организатор ООО «ОнлайнТрейд», а именно: «при покупке цифровой видеокамеры Sony Handycam – цифровая фоторамка Sony 7 в подарок»;

- на странице 57 размещена реклама стимулирующего мероприятия организатор ИП Орехов С.И., а именно: «при покупке двух продуктов Loreal шампунь Elseve в подарок»;

- на странице 58 размещена реклама интернет-магазина «ТаняВаня» ИП Кудинов В.В.;

- на странице 60 размещена реклама интернет-магазина «БэбиПузик» ИП Липовский Е.А.;

- на странице 64 размещена реклама интернет-магазина «Три ромашки» ООО «Ферсон»;

- на странице 115 размещена реклама ИП Турисова Л.В. «пластиковые окна заводское производство. Акция действует с 01.03 по 31.03.12 г. Подробности по тел.».

Информация, содержащаяся в указанной рекламе, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является рекламой.

Изучив материалы дела, а также пояснения представителей ООО «Телесемь» в Туле» Комиссия не усматривает нарушений требований законодательства о

рекламе в рекламе ИП Турисова Л.В. и ИП Орехова С.И., размещенной на странице 57 и 115.

Информация, размещенная на странице 17, 58, 60, 64 журнала «Телесемь» № 14 (382) 2012 г. содержит все признаки рекламы, поскольку она адресована [неопределенному кругу лиц](#) и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Пунктом 2 Правил продажи товаров дистанционным способом (утв. Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007г. № 612), определено понятие «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.

В рекламе, сообщающей о дистанционных способах продажи товаров (Интернет-магазины) на страницах 58, 60, 64 отсутствуют установленные статьей 8 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный Закон «О рекламе») сведения о продавце таких товаров: место нахождения и государственной регистрационный номер записи о создании юридического лица; основной государственной регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Довод ООО «Телесемь» в Туле» о том, что объектом рекламирования являются только лишь сайты Интернет, а не конкретные товары, по мнению Комиссии является безосновательным, так как в указанном случае осуществляется именно реклама товаров (игрушки, детское питание, кровати и комоды для новорожденных и другие), а также дистанционный способ их продажи. Следует также отметить, что согласно Информационного письма от 25.12.1998 года № 37 Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В силу [пункта 15 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в том числе, о правилах и сроках проведения стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии.

[Частью 7 статьи 5](#) Закона о рекламе установлен запрет на рекламу, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии со статьей 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного

мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара, должны быть указаны: сроки проведения такого мероприятия; источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Реклама на странице 17 содержит лишь информацию о сроках проведения акции и указывает на возможность получения подробностей акции на сайте, что не может свидетельствовать о соблюдении требований законодательства о рекламе, поскольку влечет дополнительные расходы, связанные с выходом в Интернет, а также затрудняет возможность ознакомления со всеми условиями и правилами проведения стимулирующего мероприятия до принятия решения об участии в нем.

Довод ООО «Телесемь» в Туле» о том, что в самой рекламе должна быть продублирована из пункта 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе» только фраза «источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения» и ссылка на источник из которого потенциальный покупатель может узнать всю предусмотренную пункта 2 и необходимую ему информацию, полностью противоречит смыслу рекламного законодательства.

Законодатель буквально прописал, что в **рекламе** должна быть указана определенная информация, а не ссылка на источник, в котором, потенциальный покупатель сможет узнать существенную и необходимую для него информацию.

Аналогичные нормы прописаны в части 3 статьи 21, части 3 статьи 22, части 3 статьи 23, части 7 статьи 24, части 2 статьи 25, части 5 статьи 27, частей 4,7,11 статьи 28, частей 3,4 статьи 29, части 2 статьи 30 и в случае толкования пункта 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе» в понимании ООО «Телесемь» рекламодатели вправе не сообщать информацию: о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, пива, табачных изделий; о наличии противопоказаний к их применению или получении консультации специалистов; о источнике информации об организаторе основанных на риске игр, пари, о правилах их проведения, о призовом фонде таких игр, пари, о количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей; сведения о месте или об адресе (номере телефона), где до заключения соответствующего договора заинтересованные лица могут ознакомиться с условиями управления активами, получить сведения о лице, осуществляющем управление активами, и иную информацию, которая должна быть предоставлена в соответствии с федеральным законом и иными нормативными правовыми актами РФ; о месте и способах получения проектной декларации; информацию о порядке покрытия членами жилищного накопительного кооператива понесенных им убытков, сведения о включении жилищного накопительного кооператива в реестр жилищных накопительных кооперативов, адреса сайта в информационно-телекоммуникационной сети общего пользования; сведения о лицах, обязавшихся по рекламируемым ценным бумагам, наименование эмитентов, источник информации, подлежащий раскрытию в соответствии с законодательством РФ о ценных бумагах; указание на то, что плательщиком ренты по договорам будет другое лицо, в случае если рекламодатель является посредником при заключении договоров ренты, в том

числе договоров пожизненного содержания с иждивением.

Данный вывод ООО «Телесемь» полностью противоречит существу рекламного законодательства и приведет к значительному ущемлению прав потенциальных покупателей рекламируемых товаров, работ и услуг, так как для ознакомления с вышеуказанной информацией он должен потратить определенные денежные средства и (или) время (заключить договор, позволяющий войти в Интернет; позвонить по телефону; доехать до места, где осуществляется продажа товаров, работ или услуг).

Согласно [пункту 4 статьи 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьями 8-9 Федерального закона «О рекламе», несет рекламораспространитель, в данном случае - ООО «Телесемь» в Туле».

На основании вышеизложенного и в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 33, частями 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Телесемь» в Туле», размещенную на странице 17, 58, 60, 64 журнала «Телесемь» № 14 (382) 2012 г., поскольку в ней нарушены требования статьей 8 и 9 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «Телесемь» в Туле» предписание о прекращении размещения рекламы с нарушением требований статьей 8 и 9 Федерального закона «О рекламе».
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 13 апреля 2012 г.

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

# ПРЕДПИСАНИЕ

2 апреля 2012 года

г. Тула

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- >, на основании своего решения от 2 апреля 2012 года по делу 69/33-2012 о признании ненадлежащей рекламы, опубликованной в журнале «Телесемь» № 14 (382) 2012 г. (ООО «Телесемь» в Туле» (Тула, ул. Демонстрации, д. 27, корп. 1, подъезд 5) и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный Закон «О рекламе»), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

## ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Телесемь» в Туле» (Тула, ул. Демонстрации, д. 27, корп. 1, подъезд 5) в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства РФ о рекламе, а именно: прекратить размещение рекламы с нарушением требований статей 8 и 9 Федерального Закона «О рекламе», а именно, указывать в рекламе все сведения и информацию, предусмотренные вышеназванными статьями.
2. ООО «Телесемь» в Туле» представить в Тульское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания в 3-дневный срок после его исполнения.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России (территориальный орган ФАС России) вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц и граждан 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.