

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 3-01/26-2016

сентября 2016 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Публичная часть решения объявлена 26 октября 2016 года.

Сессия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

рассмотрев дело № 3-01/26-2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя по факту распространения в сентябре 2016 г. по почтовым ящикам жилого дома по адресу: г. Пенза, ул. Антонова, 22 рекламы, содержащей признаки нарушения статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе (далее – ФЗ «О рекламе»)),

УСТАНОВИЛА:

в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области установлен факт распространения в сентябре 2016 года по почтовым ящикам жилого дома по адресу: г. Пенза, ул. Антонова, 22 рекламы (рекламные буклеты) магазина воздушных шаров с признаками нарушения законодательства о рекламе.

Сессией Пензенского УФАС России определением от 04.10.2016 по факту распространения рекламы магазина воздушных шаров возбуждено дело № 3-01/26-2016 по признакам нарушения статьи 8 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен индивидуальный предприниматель.

На заседании Комиссии ИП факт нарушения законодательства о рекламе признал. Объявлено, что в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи, содержатся сведения, предусмотренные статьей 8 законодательства о рекламе.

В ходе представления документов, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

Информация, размещенная на рекламном буклете, имеет следующее содержание: «Магазин Шариков. Магазин воздушных шаров. Бесплатная доставка от 1000 рублей. Ассортимент: Светящиеся шары ... Фигурки из шаров... Цветы из шаров... Карнавальные шары... Гелиевые шары... Коробка сюрприз... Упаковка подарка в шар... Доставка

зв сказочными героями...Гелиевые шары...Для влюбленных...Цветы...Корзинки...Для мальчика и девочки...Выпускной школа/детский сад...Свадьба/Юбилей...Встреча из дома...Открытие магазина...Выбери подарок своему ребенку...Система скидок...«При предъявлении буклета скидка до 20% 25-00-20» (рекламный буклет приложен в материалы настоящего дела).

в соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; объект рекламирования – товар, средство индивидуализации, 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; недостоверная реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

1. Направлена для неопределенного круга лиц;

2. Стимулировать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

3. Способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (т.е. способствовать покупке товара или воспользоваться услугой).

4. Неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны отношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

5. Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – 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.

6. Сущностью любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

7. Информация, размещенная на рекламном буклете, содержит все определяющие признаки рекламы, позволяющие квалифицировать ее именно в этом качестве и отличить от информации нерекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: стимулирует и поддерживает интерес к объектам рекламирования и способствует их продвижению на рынке аналогичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является) следовательно, является рекламой.

8. В рекламе содержится информация: «Магазин воздушных шаров. Бесплатная доставка 00 рублей», имеется указание на возможность доставки по телефону.

е рассмотрения дела установлено, что доставка заказа осуществляется
видуальным предпринимателем.

анная в рекламе информация позволяет сделать вывод, что в данном случае имеет
о реклама товаров при дистанционном способе их продажи.

асно пункту 1 статьи 26.1 Федерального закона от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите
потребителей» дистанционным способом продажи товара считается заключение
вора розничной купли-продажи на основании ознакомления потребителя с
ложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов,
етов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других)
ными исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя
аром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный
об продажи товара) способами.

идок продажи товара дистанционным способом регулируется Правилами продажи
ров дистанционным способом, утвержденными постановлением Правительства
ийской Федерации от 27.09.2007 № 612 (далее – Правила).

том 2 Правил определено, что продажа товаров дистанционным способом это
ажка товаров по договору розничной купли-продажи, заключенному на основании
комления с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в
логах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или посредством
ств связи, или иными способами, исключающими возможность непосредственного
комления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого
вора.

асно пункту 20 Правил договор считается заключенным с момента выдачи
авцом покупателю кассового чека или товарного чека либо иного документа,
верждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о
рении покупателя приобрести товар.

у пунктов 2, 3 статьи 497 Гражданского кодекса Российской Федерации договор
ичной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя
эдложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов,
етов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других)
ными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления
ебителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора
танционный способ продажи товара). Если иное не предусмотрено законом, иными
овыми актами или договором, договор розничной купли-продажи товара по
зцам или договор розничной купли-продажи, заключенный дистанционным
обом продажи товара, считается исполненным с момента доставки товара в место,
анное в таком договоре, а если место передачи товара таким договором не
делено, с момента доставки товара по месту жительства покупателя-гражданина
месту нахождения покупателя - юридического лица.

нализовав приведенные нормы права в их системной взаимосвязи, учитывая, что
дистанционном способе продажи товара отсутствует прямой, непосредственный
такт потребителей с товаром либо его образцом до заключения договора, что в
матриваемом случае ознакомление с товаром происходит посредством изучения
ета, фотоснимков, в рекламе имеется указание на «доставку», Комиссия приходит к
ду, что рекламируемый товар реализуется дистанционным способом путем его

ложения на рекламном буклете, на котором размещены товары по различным там, информация о наличии и доставке товара.

е, установлено, что договор купли-продажи товара заключается в момент заказа тателем товара по телефону и считается исполнен в момент доставки товара по у жительства покупателя.

ответствии с частью 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, распространении и размещении рекламы должны соблюдаться требования нодательства Российской Федерации.

асно статье 8 ФЗ «О рекламе» в рекламе товаров при дистанционном способе их ,ажки должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, о нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании дического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный страционный номер записи о государственной регистрации физического лица в стве индивидуального предпринимателя.

ушение указанной нормы закона, в рекламе магазина воздушных шаров гствуют сведения о продавце таких товаров: место нахождения; фамилия, имя, ство, основной государственный регистрационный номер записи о дарственной регистрации физического лица в качестве индивидуального ,принимателя.

м образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, реклама продукции азина воздушных шаров», размещенная в рекламном буклете, нарушает ования статьи 8 ФЗ «О рекламе».

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям нодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

ответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ований, установленных статьей 8 законодательства Российской Федерации о аме несет рекламодабель.

ответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ований, установленных статьей 8 законодательства Российской Федерации о аме несет рекламораспространитель.

занные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в :твиях лица, распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламоделеля ламораспространителя – ИП.

ывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, иссия пришла к выводу, что индивидуальный предприниматель нарушил требования зи 8 ФЗ «О рекламе».

асно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков ров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, :печение в Российской Федерации единства экономического пространства, лизации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, ,упреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а

е пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

ответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств установления нарушения требований статьи 8 ФЗ «О рекламе» индивидуальным предпринимателем представлено не было.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодавцами, рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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 от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

узнать ненадлежащей рекламу: «Михаил Шариков. Магазин воздушных шаров. бесплатная доставка... 25-00-20...», распространяемую индивидуальным предпринимателем в сентябре 2016 г. по почтовым ящикам жилого дома по адресу: г. Пенза, ул. Антонова, 22, поскольку при ее распространении нарушены требования статьи 8 ФЗ «О рекламе».

дать индивидуальному предпринимателю предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 31 октября 2016 года.

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