

РЕШЕНИЕ

по делу № 18-03-5/7-02/301

14 сентября 2018 года г. Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 31 августа 2018 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области Волгоградского УФАС России (далее – Волгоградское УФАС России или Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии	- заместитель руководителя Управления – Никуйко Ирина Борисовна,
Члены Комиссии	- заместитель начальника отдела Алимova Елена Владимировна, - ведущий специалист-эксперт Власова Екатерина Александровна,

рассмотрев дело № 18-03-5/7-02/301 по признакам нарушения ООО «Яндекс» (ул. Льва Толстого, дом 16, г. Москва, 119021), С., ИП С.. (адрес: 614065, г. Пермь ул. ...), К... .. (адрес лица не установлен) п. 1 ч. 4 ст. 5, п. 1 ст. 7, ст. 8 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), с участием представителя ПАО «Волгоградоблэлектро» Ф... (доверенность от 15.05.2017 № 493), иные лица не явились, извещены, ООО «Яндекс» ходатайствовало о рассмотрении дела в отсутствие представителя юридического лица,

УСТАНОВИЛА:

Территориальный антимонопольный орган Федеральной антимонопольной службы, осуществляющий надзор за соблюдением законодательства о рекламе, руководствуется в своей деятельности Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508 (далее - Правила).

В соответствии с п. 12 Правил дело может быть возбуждено Федеральной антимонопольной службой или ее территориальными органами по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

Волгоградское УФАС рассмотрело заявление ПАО «Волгоградоблэлектро» (№ 2658 от 02.04.2018), в котором сообщалось о распространении в марте 2018 года в сети Интернет в поисковой системе «Яндекс» рекламы счетчиков учета электроэнергии с пультом управления:

- «Приборы учета с пультом ДУ – заказать сейчас Для дома. Для квартиры. Для юр.

лица. С бесплатной доставкой. stop-energy.ru/каталог. Доставка по России - 0 рублей. Стоимость от 6 000 рублей. Гарантия до 3х лет! Контактная информация 8 (800) 301 93 10 пн-пт 10:00-18:00» (далее Реклама № 1);

- «Экономный счетчик электроэнергии! Доставка по России. Оплата при получении Более 10 лет опыта. ip169902.myflexbe.com/Экономные-Счетчики. Счетчики Меркурий, Энергомера, Нева, Матрица с доставкой и оплатой при получении! Контактная информация +7 (800) 200-34-92 пн-вс 9:00-21:00» (далее – Реклама № 2).

Заявителем указывается, что на указанных в рекламе сайтах предлагается приобрести индивидуальные приборы учета электроэнергии с дистанционным управлением, особенность которых состоит в наличии пультов, уменьшающих объём потреблённой электроэнергии. Потребителям предлагают приобретать данные счетчики, сообщая сведения о счётчиках учёта электроэнергии с дистанционным управлением как о средстве для экономии потребленной электрической энергии.

Как указывает заявитель, особенность таких счетчиков заключается в том, что они позволяют посредством пультов вмешиваться в работу приборов учета, уменьшая показания объема потребленной электроэнергии. Фактически данные счетчики могут быть использованы для безучетного потребления электроэнергии.

По мнению заявителя, счётчики с пультом дистанционного управления могут быть использованы в целях уменьшения показаний индивидуального потребления электроэнергии, то есть безучётного потребления.

В ходе рассмотрения заявления распространение указанной заявителем информации подтвердилось (акт мониторинга № 369-Р от 05.04.2018).

ООО «Яндекс» в письме от 18.04.2018 исх. № 3003 подтвердило, что указанные заявителем рекламные сообщения распространялись в системе «Яндекс. Директ», указав, что Реклама № 1 была размещена в рамках договора, заключенного между ООО «Яндекс» и физическим лицом С. на условиях Оферты на оказание услуг «Яндекс Директ»; а также в рамках договора, заключенного между ООО «Яндекс» и ИП Селаври Э.И. (ОГРНИП 317595800124092, ИНН 590585409328, адрес: 614065, г. Пермь ул. ...).

Реклама № 2 была размещена в рамках договора, заключенного между ООО «Яндекс» и физическим лицом К. (адрес: г. Москва) на условиях оферты.

При этом, как указало ООО «Яндекс», информация о рекламодателях была заполнена Рекламодателями самостоятельно посредством клиентского веб-интерфейса сервиса «Яндекс.Директ». ООО «Яндекс», как указано в ответе на запрос, не осуществляет проверку достоверности указанной информации.

В соответствии с офертой на оказание услуг рекламное место представляет собой ресурс, выделенный в дизайне веб-страницы для размещения (показа) рекламных материалов. Кроме оферты ООО «Яндекс» представило копии актов об оказанных услугах с указанными физическими лицами и индивидуальным предпринимателем. Согласно актам ООО «Яндекс» оказало заказчиком услуги по размещению рекламных материалов на проекте «Яндекс. Директ». От заказчиков претензий, возражений, согласно информации ООО «Яндекс», не поступило.

По результатам рассмотрения заявления определением от 01.06.2018 было возбуждено дело № 18-03-5/7-02/301 по признакам нарушения п. 1 ч. 4 ст. 5, п. 1 ст. 7, ст. 8 Закона о рекламе.

Письмом от 14.06.2018 исх. № АК/43579/18 ФАС России наделила Волгоградское УФАС России полномочиями на рассмотрение дела по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту распространения в сети Интернет в поисковой системе «Яндекс» рекламы счетчиков учета электроэнергии, в том числе в отношении ООО «Яндекс», С., ИП Селаври Э.И., К..

ООО «Яндекс» не признало вменяемых правонарушений, указав в письменных пояснениях на следующее.

Тексты спорных рекламных объявлений, по мнению, ООО «Яндекс», не содержат указаний на возможность безучётного потребления электроэнергии, а также призывов к такому безучётному потреблению. Возможность совершения противоправных действий с использованием какого-либо рекламируемого товара, по мнению представителя юридического лица, не означает, что соответствующая реклама является незаконной.

ООО «Яндекс» обращает внимание, что производство и реализация приборов учета электроэнергии, являющихся объектом рекламирования в спорных рекламных объявлениях, не запрещены законодательством Российской Федерации.

ООО «Яндекс» считает, что в его действиях отсутствуют признаки нарушения п. 1 ст. 7 Закона о рекламе.

Относительно выявленных комиссией признаков нарушения ст. 8 Закона о рекламе, Общество ссылается на п. 1 ст. 26.1 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон о защите прав потребителей), в соответствии с которым 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 исключаящими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара) способами.

Из текстов рекламных объявлений, как считает ООО «Яндекс», не следует, что договоры в отношении рекламируемых приборов учета заключаются способом, исключаящим возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора. Общество указывает, что, например, указания на заказ и доставку не исключают того обстоятельства, что договоры могут заключаться после непосредственного ознакомления потребителя с товаром, доставленных курьером.

ООО «Яндекс» также сообщило, что в настоящее время спорные рекламные объявления не размещаются в сервисе «Яндекс.Директ». Объектом рекламирования в указанных объявлениях, как следует из их текстов, являются приборы учёта с ДУ и счётчик электроэнергии соответственно (см. письмо ООО «Яндекс» исх. № 60251 от 28.06.2018).

От ИП Селаври Э.И. поступили письменные пояснения относительно обстоятельств рассматриваемого дела (вх. № 5626 от 26.06.2018). Индивидуальный предприниматель не согласился с наличием в своих действиях вменяемых правонарушений, указав, что в силу агентского договора № б/н от 01.12.2017, заключенного с Селаври Сергеем Николаевичем, ИП Селаври Э.И. выступила посредником в одном из элементов стадии размещения рекламы, а именно – оплата услуг рекламораспространителя.

ИП Селаври Э.И. указывает, что с рекламного объявления, размещенного в «Яндекс.Директ» осуществлялся переход на сайт, принадлежащий С., где была указана вся необходимая и достоверная информация о товаре, производителе и продавце.

Указанные обстоятельства, по мнению индивидуального предпринимателя, исключают факт нарушения требований ст. 8 Закона о рекламе.

Представители заявителя на заседании комиссии полностью поддержали доводы, изложенные в заявлении № 2658 от 02.04.2018.

Заявитель представил также возражения относительно доводов ИП Селаври Э.И. и ООО «Яндекс» о том, что тексты рекламных объявлений не содержат указаний на возможность безучетного потребления электроэнергии, а также призывов к безучетному потреблению.

В обоснование своей позиции заявитель ссылается на ч. 1 ст. 13, ч. 2 ст. 13 Федерального закона от 23.11.2009 № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», п. 35, п. 62 Правил предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 № 354.

Заявитель считает, что в рассматриваемом случае реклама счетчиков с пультом и их продажи направлена на стимулирование приобретения продукции, которая обеспечит потребителю несанкционированное вмешательство в работу приборов учета энергоресурсов.

Лица, распространяющие информацию о способах обмана приборов учета, по мнению ПАО «ВОЭ», способствуют нарушению прав и законных интересов энергосбытовых и электросетевых компаний, т.к. побуждают потребителей к совершению противоправных действий.

Заявитель настаивает, что реклама, содержащая предложение приобрести счетчики с пультом управления, нарушает п. 1 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе.

ПАО «ВОЭ» указывает, что наиболее распространенным способом хищения электроэнергии является искажение показаний приборов учета, вплоть до полной остановки счетного механизма. Использование так называемых «заряженных счетчиков», в том числе, приводит к неконтролируемой перегрузке сети и, как следствие, к ухудшению качества и перебоям в электроснабжении. Кроме того, в многоквартирных домах весь объем безучетного потребления электроэнергии ложится на плечи добросовестных соседей-плательщиков.

Таким образом, по мнению ПАО «ВОЭ» рекламодатели, распространяющие информацию о способах обмана приборов учета, способствуют нарушению прав и законных интересов энергосбытовых и электросетевых компаний, так как побуждают потребителей к совершению противоправных действий.

Кроме того, заявитель ссылается на судебную практику об удалении контентов сайтов в связи с размещением недобросовестной рекламы (дело № 90-2014 от 26.09.2014, решение по делу № 2а-3625/2018 от 04.07.2018 Центрального районного суда г. Волгограда, см. также информацию о блокировке сайтов на сайте <http://www.znak.com/>)).

Так, в решении Центрального районного суда г. Волгограда по делу № 2а-3625/2018 от 04.07.2018 указано на следующее:

- согласно п.п. 10 - 11 4.1 ст.4 Жилищного кодекса Российской Федерации (далее – ЖК РФ) вопросы предоставления коммунальных услуг, внесения платы за жилое помещение и коммунальные услуги, в том числе уплаты взноса на капитальный ремонт общего имущества в многоквартирном доме регулирует жилищное законодательство.

v

В силу ч. 1 ст. 153 ЖК РФ граждане и организации обязаны своевременно и полностью вносить плату за жилое помещение и коммунальные услуги. Размер платы за коммунальные услуги рассчитывается исходя из объема потребляемых коммунальных услуг, определяемого по показаниям приборов учета (ч.1 ст. 157 ЖК РФ).

- согласно ч.ч.1-2 ст. 13 Федерального закона от 23.11.2009 № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ» производимые, передаваемые, потребляемые энергетические ресурсы подлежат обязательному учету с применением приборов учета используемых энергетических ресурсов. Расчеты за энергетические ресурсы должны осуществляться на основании данных о количественном значении энергетических ресурсов, произведенных, переданных, потребленных, определенных при помощи приборов учета используемых энергетических ресурсов.

При этом ст. 165 Уголовного кодекса Российской Федерации предусмотрена ответственность за незаконное потребление, в том числе коммунальных ресурсов, а именно за причинение имущественного вреда собственнику (иному владельцу) путем обмана при отсутствии признаков хищения.

Также ст. 7.27.1 КоАП РФ закреплена ответственность за причинение имущественного ущерба собственнику или иному владельцу имущества путем обмана или злоупотребления доверием при отсутствии признаков уголовно наказуемого деяния.

Таким образом, делает заключение суд, сведения о продаже приборов учета, способных изменять показания потребления электроэнергии, размещенные в сети Интернет, вводят в заблуждение неопределенный круг лиц относительно возможности и допустимости приобретения и использования индивидуальных

приборов учета, побуждают неопределенный круг лиц к совершению правонарушений и способствуют их совершению.

Такая информация, по мнению суда, провоцирует граждан на незаконное приобретение и использование приборов учета с возможностью выставления любого требуемого уровня экономии.

От иных лиц, уведомлявшихся о времени и месте рассмотрения дела по имеющимся адресам, в том числе по электронной почте, ходатайств, заявлений, объяснений, не поступило.

Рассмотрев имеющиеся материалы дела, с учётом доводов лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия Волгоградского УФАС России установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования является товар (продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот), 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 (подп. 2-3 ст. 3 Закона о рекламе).

Рассматриваемая информация (Реклама № 1 и Реклама № 2) соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, установленным п. 1 ст. 3 Закона о рекламе:

- информация размещена в сети Интернет и появляется в результатах поиска в поисковой системе «Яндекс» при запросе в поисковой строке слов «счетчик с пультом управления» и нажатии кнопки «найти», и сопровождается плашкой «реклама»;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (счетчики с дистанционным пультом управления).

Любая реклама должна соответствовать общим требованиям, установленным ст. 5 Закона о рекламе, в частности, реклама не должна побуждать к совершению противоправных действий (п. 1 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе).

Противоправными являются действия, совершенные в нарушение закона, или посягающие на установленный законодательством порядок.

Среди значений слова «Побуждать» (<https://glosum.ru/>, <https://поискслов.рф>, <https://dic.academic.ru/>) выделяют:

- вызывать (что) действие, побуждать вызывать какие-либо действия, увлечь, подстегивать;

- воздействуя на кого- , что-либо, вызывать (вызвать) у кого-либо желание сделать что-либо. Синоним: подталкивать, склонять («Большой толковый словарь русских глаголов»);

- склонять к какому-либо действию («Толковый словарь» Ефремовой. Т. Ф. 2000);

- подавать пример, подталкивать, подвигать, провоцировать, подзадоривать, толкать, стимулировать, мотивировать и др. («словарь Синонимов»).

Кроме того, в силу п. 1 ст. 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

В соответствии с ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике» Правительство Российской Федерации или уполномоченные им федеральные органы исполнительной власти осуществляют утверждение правил организации учета электрической энергии на розничных рынках.

Так, постановлением Правительства Российской Федерации от 04.05.2012 № 442 «О функционировании розничных рынков электрической энергии, полном и (или) частичном ограничении режима потребления электрической энергии» (вместе с «Основными положениями функционирования розничных рынков электрической энергии», «Правилами полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии») (далее постановление № 442) в п. 136 закреплено, что определение объема потребления (производства) электрической энергии (мощности) на розничных рынках, оказанных услуг по передаче электрической энергии, а также фактических потерь электрической энергии в объектах электросетевого хозяйства осуществляется на основании данных, полученных с использованием указанных в настоящем разделе приборов учета электрической энергии, в том числе включенных в состав измерительных комплексов, систем учета; при отсутствии приборов учета и в определенных в настоящем разделе случаях - путем применения расчетных способов, предусмотренных настоящим документом и приложением № 3.

В силу ч. 2 ст. 13 Федерального закона от 23.11.2009 № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» расчеты за энергетические ресурсы должны осуществляться на основании данных о количественном значении энергетических ресурсов, произведенных, переданных, потребленных, определенных при помощи приборов учета используемых энергетических ресурсов.

Безучетное потребление - потребление электрической энергии с нарушением установленного договором энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности), договором оказания услуг по передаче электрической энергии) и постановлением № 442 порядка учета электрической энергии со стороны потребителя (покупателя), выразившимся во вмешательстве в работу прибора учета (системы учета), обязанность по обеспечению целостности и сохранности которого (которой) возложена на потребителя (покупателя), в том

числе в нарушении (повреждении) пломб и (или) знаков визуального контроля, нанесенных на прибор учета (систему учета), в несоблюдении установленных договором сроков извещения об утрате (неисправности) прибора учета (системы учета), а также в совершении потребителем (покупателем) иных действий (бездействий), которые привели к искажению данных об объеме потребления электрической энергии (мощности).

Самовольное подключение к электрическим сетям, тепловым сетям, нефтепроводам, нефтепродуктопроводам и газопроводам, а равно самовольное (безучетное) использование электрической, тепловой энергии, нефти, газа или нефтепродуктов, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, образует состав административного правонарушения, предусмотренного ст. 7.19 КоАП РФ.

Реклама формирует интерес к товару или услуге, формирует у потребителя желание воспользоваться рекламируемым товаром. В рассматриваемом случае, воспользовавшись рекламным предложением и купив рекламируемые счетчики с д/у потребитель получает возможность совершить действия, нарушающие действующее законодательство.

Закон о рекламе рассматривает потребителей рекламы как лиц, поддающихся под влияние рекламы и подверженных ее влиянию, следствием чего является или может явиться соответствующее воздействие рекламы на них. Реклама способна побудить потребителей не только к приобретению рекламируемого товара (услуги), но и к совершению иных, напрямую не связанных с приобретением товара (услуги) действий, о которых он получил представление из рекламы.

Реклама, ввиду ее публичности, способна оказать влияние на процесс становления правомерного поведения в обществе, закрепить в сознании потребителей привычку следовать установленным нормам поведения. Реклама доводится до сведения потребителя в расчете на побуждение совершить определенные действия и подразумевает воздействие на его мотивацию при выборе товара или услуги. Одновременно со сведениями о товаре (услуге) в рекламе может содержаться и иная информация, назначение которой особым образом привлечь внимание потребителей к рекламируемому товару.

Для признания рекламы ненадлежащей не требуется установления факта продажи объекта рекламирования

В рассматриваемой рекламе «Приборы учета с пультом ДУ», «Экономный счетчик электроэнергии!» предлагается приобрести счетчик, которым можно управлять и экономить затраты потребителя на потребляемую электроэнергию, а значит вносить коррективы в показания. Задача счетчика отображать данные о количественном значении энергетических ресурсов, фактически произведенных, переданных или потребленных. Счетчики не предполагают возможности экономии и не должны подвергаться вмешательствам и корректировкам.

При переходе на сайты, указанные в Рекламе № 1 и Рекламе № 2 потребителю предлагается «Познать тайну экономии», «Выбрать, сколько хочешь экономить», «Контроль над счетчиками», «Дистанционный пульт-полный контроль», «Экономия до 100 % в месяц» (см. акт мониторинга № 369-Р от 05.04.2018, стр.2, 3.1 приложения № 1).

С учетом вышеизложенного, комиссия не принимает доводы ИП Селаври Э.И. и ООО «Яндекс» о том, что рассматриваемая реклама не побуждает к совершению противоправных действий. Утверждение ООО «Яндекс» о том, что объектом рекламирования в рассматриваемых случаях выступают приборы учета электроэнергии, не соответствуют фактическим обстоятельствам дела, поскольку из текста самой рекламы следует, что потребителю предлагаются счетчики с дистанционным управлением, экономные счетчики.

Использование рекламируемых товаров (контролируемые счетчики с пультом д/у) само по себе является нарушением законодательства, регламентирующего порядок учета потребленной электроэнергии.

С учетом изложенного комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама содержит нарушение п. п. 1 ч. 4 ст. 5, п. 1 ст. 7 Закона о рекламе.

Кроме того, Реклама № 1 и Реклама № 2 представляют собой рекламу товаров при дистанционном способе их продажи.

В такой рекламе в соответствии со ст. 8 Закона о рекламе 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.

Причем законодатель требует указания таких сведений в самой рекламе.

Учитывая изложенное, довод ИП Селаври Э.И. о том, что вся информация о товаре, продавце и производителе содержится на сайте, является несостоятельным, поскольку сама реклама таких данных не содержит.

Не соответствует фактическим обстоятельствам дела и довод ООО «Яндекс» о том, что из текстов рекламных объявлений не следует, что договоры в отношении рекламируемых приборов учета заключаются способом, исключающим возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

В соответствии с п.п. 2- 3 Правил продажи товаров дистанционным способом (далее – Правила продажи), утвержденных постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 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.

При этом при продаже товаров дистанционным способом продавец обязан предложить покупателю услуги по доставке товаров путем их пересылки почтовыми отправлениями или перевозки с указанием используемого способа

доставки и вида транспорта. Применительно к Правилам продажи под покупателем понимается гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

В силу ч. 3 ст. 497 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), 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.

В ч. 2 ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей закреплено, что 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. А согласно ч. 2 ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей при дистанционном способе продажи товара потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара - в течение семи дней.

В рассматриваемом случае отсутствует непосредственный контакт потребителя с товаром либо его образцом до заключения договора, ознакомление с товаром происходит посредством изучения каталогов и фотоснимков на интернет-сайтах, указанных в рекламе. Момент заключения договора розничной купли-продажи товара определен в ст. 493 ГК РФ, согласно которой, если иное не предусмотрено законом или договором розничной купли-продажи, в том числе условиями формуляров или иных стандартных форм, к которым присоединяется покупатель, договор розничной купли-продажи считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара.

В п. 20 Правил продажи предусмотрено два различных момента заключения договора: с момента выдачи чека и с момента получения продавцом сообщения покупателя.

Рассматриваемая реклама содержит, как подтверждает ООО «Яндекс», указания на заказ и доставку товара. Сайты, указанные в рекламе, содержат каталоги товаров с фотографиями и плашкой «Оформить заявку». На сайте stop-energy.ru имеется прямое послание потребителям: «Больше не надо никуда ходить». Реклама предлагает покупку товара для жителей любого региона России, указание в рекламе на доставку по России является прямым подтверждением того, что предлагается, в том числе, дистанционный способ продажи товара.

На основании изложенного комиссия приходит к выводу о том, что в данном случае рекламируемый способ продажи товара, в частности счетчиков с д/у, является

дистанционным способом продажи товара.

Требования ст. 8 Закона о рекламе в Рекламе № 1 и Рекламе № 2 не были соблюдены.

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

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 2-8 ст. 5, ст. 6-9 Закона о рекламе несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе) несет ответственность за нарушение ст. 7-9 Закона о рекламе (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

Исходя из полученной в рамках рассмотрения дела информации, было установлено, что в качестве рекламораспространителя выступило ООО «Яндекс» (ИНН/КПП 7736207543/770401001 ОГРН 1027700229193 адрес: ул. Льва Толстого, дом 16, г. Москва, 119021).

Как указало ООО «Яндекс», Реклама № 1 и Реклама № 2 были размещены на условиях Оферты на оказание услуг «Яндекс. Директ» (далее - Оферта). В соответствии с п. 2.1 Оферты предметом договора выступает возмездное оказание «Яндекс» рекламодателю услуг «Яндекс. Директ» на условиях Оферты. При этом под услугами «Яндекс. Директ» стороны понимают услуги «Яндекс» по размещению рекламы рекламодателя в сети Интернет по принципам поисковой, контекстной рекламы.

Кроме того, сторонами Оферты были подписаны акты об оказанных услугах (копии приобщены к материалам дела):

- по факту размещения Рекламы № 1 такие акты подписывались с 31.01.2018 по 16.04.2018;

- по факту размещения Рекламы № 2 такие акты подписывались с 26.01.2018 по 11.04.2018.

С учетом данных, полученных от ООО «Яндекс», ИП Селаври Э.И. в качестве рекламодателя Рекламы № 1 выступил С. (г. Пермь) В соответствии с данными АО «Региональный Сетевой Информационный Центр» С... является администратором доменного имени stop-energy.ru.

Однако в течение сроков, определенных п. 27 Правил, не представилось возможным установить рекламодателя, допустившего нарушившего законодательство Российской Федерации о рекламе при распространении Рекламы № 2.

ИП Селаври Э. И. (ОГРНИП 317595800124092, ИНН 590585409328, адрес: 614065, г. Пермь ...) с учетом условий агентского договора от 01.12.2017, заключенного с С..., рекламодателем, рекламораспространителем в рассматриваемых

обстоятельствах не является. Таким образом, признаки нарушения Закона о рекламе в действиях ИП Селаври Э.И. не подтвердились.

Рассматриваемая реклама счетчиков учета электроэнергии с пультом управления:

- «Приборы учета с пультом ДУ – заказать сейчас Для дома. Для квартиры. Для юр. лица. С бесплатной доставкой. stop-energy.ru/каталог. Доставка по России - 0 рублей. Стоимость от 6 000 рублей. Гарантия до 3х лет! Контактная информация 8 (800) 301 93 10 пн-пт 10:00-18:00»;

- «Экономный счетчик электроэнергии! Доставка по России. Оплата при получении Более 10 лет опыта. ip169902.myflexbe.com/Экономные-Счетчики»,

распространявшаяся в период март 2018 года (как подтверждается материалами, представленными заявителем) - апрель 2018 года (как подтверждается актом мониторинга № 369-Р от 05.04.2018) на территории Российской Федерации в сети Интернет, является ненадлежащей, поскольку распространена с нарушением требований п. 1 ч. 4 ст. 5 , п. 1 ст. 7, ст. 8 Закона о рекламе.

Согласно ч. 3 ст. 36 Закона о рекламе предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст.36 Закона о рекламе и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу счетчиков учета электроэнергии с пультом управления:

- «Приборы учета с пультом ДУ – заказать сейчас Для дома. Для квартиры. Для юр. лица. С бесплатной доставкой. stop-energy.ru/каталог. Доставка по России - 0 рублей. Стоимость от 6 000 рублей. Гарантия до 3х лет! Контактная информация 8 (800) 301 93 10 пн-пт 10:00-18:00»;

- «Экономный счетчик электроэнергии! Доставка по России. Оплата при получении Более 10 лет опыта. ip169902.myflexbe.com/Экономные-Счетчики»,

распространявшуюся в период март 2018 года - апрель 2018 года на территории Российской Федерации в сети Интернет, является ненадлежащей, нарушающей требования п. 1 ч. 4 ст. 5 , п. 1 ст. 7, ст. 8 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Яндекс» (ИНН/КПП 7736207543/770401001 ОГРН 1027700229193, дата присвоения 18.09.2002 адрес: ул. Льва Толстого, дом 16, г. Москва, 119021), С. (г. Пермь) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном

правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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