

Заявителю-

<...>

Ответчику-

МУП ИРТА «Абакан»

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ 14-Р-16

Резолютивная часть решения оглашена 19.08.2016

г. Абакан

В полном объеме решение изготовлено 23.08.2016

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее Хакаское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: – врио руководителя управления;
..... – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы управления;

Члены Комиссии: – ведущий специалист-эксперт отдела товарных, финансовых рынков и естественных монополий (отсутствует);

..... – специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы управления;

рассмотрев дело № 14-Р-16, возбужденное по признакам нарушения статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в отношении Муниципального унитарного предприятия «ИРТА «Абакан» (далее – МУП «ИРТА «Абакан») по факту размещения в газете «Абакан» № 15 (3115) от 20 апреля 2016 г. полоса № 4, в рекламной статье следующего содержания: «СИЛК – урожай вас удивит! Цена препарата СИЛК – 120 руб. На сезон необходимо 6 ампул. При покупке пяти 6-я в подарок. Акция действует 29 апреля. Подробности у продавцов-консультантов. Цена «Суперсистемы» - 200 руб. КОЛИЧЕСТВО ОГРАНИЧЕНО. Заказ почтой: 660133, Красноярск, а/я 24818. На правах рекламы. ОГРНИП 304246518000211».

в отсутствие заявителя – <...>, надлежащим образом извещенной о времени и

месте рассмотрения настоящего дела (отчет об отслеживании отправления с почтовым идентификатором 65501702299435),

в присутствии представителей ответчика – МУП «ИРТА «Абакан» –<...>, действующей на основании доверенности № 19 АА 0348569 от 25.04.2016 года, и <...>, действующей на основании доверенности б/н от 13.07.2016 года надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения настоящего дела (отчет об отслеживании отправления с почтовым идентификатором 65501702299428),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Хакасского УФАС России поступило заявление <...> (вх. № 2282 от 04.05.2016 года) о признаках нарушения статьи 8 Закона о рекламе в рекламной статье, размещенной в газете «Абакан» № 15 (3115) от 20 апреля 2016 г. полоса № 4, в рекламной статье следующего содержания:

«СИЛК – урожай вас удивит! Цена препарата СИЛК – 120 руб. На сезон необходимо 6 ампул. При покупке пяти 6-я в подарок. Акция действует 29 апреля. Подробности у продавцов-консультантов. Цена «Суперсистемы» - 200 руб. КОЛИЧЕСТВО ОГРАНИЧЕНО. Заказ почтой: 660133, Красноярск, а/я 24818. На правах рекламы. ОГРНИП 304246518000211» (далее – реклама).

Хакасским УФАС России был направлен запрос в адрес газеты «Абакан» о предоставлении документов и сведений относительно распространения указанной рекламы, а также письменные пояснения по поводу размещения рекламы товара (СИЛКа), который реализуется дистанционным способом без указания сведений о продавце такого товара.

На данный запрос поступил ответ, в котором содержались следующие документы:

- копия договора от 18.04.2016 г. № 2016/РС/0107 на осуществление рекламного обслуживания, заключенный между МУП «ИРТА «Абакан» и <...> (далее – <...>);
- приложение № 1 к договору № 2016/РС/0107, в котором указана дата выхода рекламы 20.04.2016 г., размер макета 400 кв.см., сумма услуги по размещению данной рекламы в размере 7 700 рублей;
- копия утвержденного <...> макета рекламы;
- чек от 19.04.2016 г. на оплату услуги по размещению рекламы.

Кроме того, представлены пояснения руководителя коммерческого отдела, в которых указано, что информация о возможности заказа рекламируемого препарата - СИЛК по почте (дистанционно) в размещенном рекламном материале является дополнительной услугой, которая не является объектом рекламирования, а также в объяснениях имеется ссылка на статью 26.1 Закона от 07.02.1992 г. № 2300-1 «Закон о защите прав потребителей».

Определением от 31.05.2016 г. возбуждено дело 14-Р-16 по признакам

нарушения Закона о рекламе в отношении МУП «ИРТА «Абакан», рассмотрение дела назначено на 13.07.2016 г.

В назначенное время представители МУП «ИРТА «Абакан» явились на рассмотрение настоящего дела и пояснили следующее.

Все рекламные материалы МУП «ИРТА «Абакан» рассматривало на признаки соответствия Закона о рекламе. Сначала МУП «ИРТА «Абакан» выявило, что является объектом рекламирования. В данном рекламном материале были внесены некоторые поправки, согласованные с рекламодателем. МУП «ИРТА «Абакан» указало возрастные ограничения, поскольку считало, что объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является выставка-продажа, на которую приглашаются люди для ознакомления с данным товаром – СИЛКом. Заказ почтой МУП «ИРТА «Абакан» рассматривало как дополнительную услугу. По поводу достоверности приведенных в рекламе отзывов о препарате представитель МУП «ИРТА «Абакан» пояснил, что для них не всегда представляется возможным проверить некоторую информацию, которую предоставляют рекламодатели. МУП «ИРТА «Абакан» считает, что заказ товара по телефону также не является дистанционным способом продажи товара, как и заказ почтой, приведенный в спорной рекламе. МУП «ИРТА «Абакан» считает, что объектом рекламирования является выставка-продажа.

Макет рекламы согласовывался с рекламодателем по электронной почте. В макет, предоставленный заказчиком были внесены изменения в соответствии с Законом о рекламе. МУП «ИРТА «Абакан» имеет возможность предоставить данную переписку. Договор на осуществление рекламного обслуживания от 18.04.2016 года МУП «ИРТА «Абакан» заключило с <...> которая в свою очередь является доверенным лицом рекламодателя. Документов предпринимателя (рекламодателя), организующего выставку-продажу, у МУП «ИРТА «Абакан» не имеется. С данным лицом имеется только электронная переписка.

Достоверность данной рекламы МУП «ИРТА «Абакан» не проверяло так как рекламодатель в электронной переписке предоставил отзывы о препарате СИЛК и указал, что достоверность данных отзывов, в случае необходимости, может подтвердить. Такая переписка у МУП «ИРТА «Абакан» также имеется. Итоговый макет рекламы был утвержден рекламодателем, ОГРН которого указан в рекламе. По поводу достоверности отзывов, МУП «ИРТА «Абакан» просит предоставить время для представления дополнительных доказательств относительно соответствия критериям достоверности рассматриваемых отзывов.

Также МУП «ИРТА «Абакан» представило на рассмотрение данного дела возражения по настоящему делу, в которых была приложена реклама идентичного содержания, опубликованная в газете «Шанс» № 16 (1299) от 21.04.2016 г.

Комиссия Хакасского УФАС России рассмотрев материалы дела, пришла к выводу о необходимости отложения рассмотрения дела № 14-Р-16 на 09.08.2016 г., в связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств.

18.07.2016 г. Хакасское УФАС России направило запрос в адрес МБУК г. Абакана «ГЦК «Победа» о предоставлении копии договора с арендатором помещения под вышеуказанную в рекламе выставку-продажу, проходящую 29.04.2016 г. с 10:00 до

11:00, платежных документов по данному договору.

22.07.2016 г. в антимонопольный орган поступил ответ, в котором указано, что проект запрашиваемого договора был составлен, в связи с тем, что организатором являлась иногородняя организация (юридическое лицо) заранее подписать договор второй стороной не представилось возможным, но и по приезду договор не был подписан представителями выставки «СИЛК». Организаторы выставки не подошли с документами для внесения их реквизитов и отказались подписывать договор.

В виду вышеизложенных обстоятельств, администрацией Учреждения было принято решение отказать данному лицу в проведении выставки-продажи на территории «ГЦК «Победа» и при повторном обращении с данной продукцией отказывать в предоставлении помещения, в связи с недобросовестностью.

04.08.2016 года в Хакасское УФАС России поступили скриншоты переписки между специалистом МУП «ИРТА «Абакан» и <...>. На представленных фотоизображениях содержится следующее:

- макет рекламы отправленный <...> для согласования с <...>;
- Свидетельство о постановке на учет в налоговый орган (ИНН: 246516426186);
- Свидетельство о внесении в ЕГРИП (ОГРН: 304246518000211);
- отзывы о препарате «СИЛК»;
- утвержденный макет рекламы.

На заседании комиссии 09.08.2016 года представители МУП «ИРТА «Абакан» явились в назначенное время и пояснили следующее.

МУП «ИРТА «Абакан» поддерживало доводы, приведенные на прошлом заседании. Также МУП «ИРТА «Абакан» указало, что ответственность за распространение недостоверной информации (отзывов о препарате) в рекламе согласно Закону о рекламе несет рекламодатель. Рекламодателем является индивидуальный предприниматель <...> (далее - <...>).

Также МУП «ИРТА «Абакан» считает, что услуга «заказ почтой», размещенная в спорной рекламе, является дополнительным способом получения товара, и он не является дистанционным, так как на выставке-продаже клиенту предоставляется возможность ознакомления с данным товаром.

Лицо располагающее сведениями о настоящем деле - <...> на данном заседании пояснила, что она работает агентом по согласованию рекламных материалов в МУП «ИРТА «Абакан» внештатно. <...> позвонил в офис МУП «ИРТА «Абакан». В этот момент <...> была в офисе и обработала заказ <...> на размещение рекламы. Так как предприниматель не смог приехать в город для заключения договора на рекламное обслуживание, <...> и <...> договорились в телефонном режиме, что договор будет заключен на <...> 18.04.2016 г. предприниматель отправил в МУП «ИРТА «Абакан» рекламный макет посредством электронной почты для дальнейшего размещения его в газете «Абакан». 19.04.2016 г. <...> направила <...> новый макет готовой рекламы с внесенными изменениями, на что <...> ответил, что

его устроил данный макет, и МУП «ИРТА «Абакан» опубликовали его в своей газете. Оплата за рекламу производилась на банковскую карту <...>.

В соответствии с пунктом 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Правила рассмотрения дел по рекламе), рассмотрение дела может быть отложено антимонопольным органом с указанием даты и времени его рассмотрения: в связи с необходимостью получения антимонопольным органом либо лицом, участвующим в деле, дополнительных доказательств.

Руководствуясь абзацем 2 пункта 34 Правил рассмотрения дел по рекламе, комиссия, решила отложить рассмотрение настоящего дела на 19.08.2016 г.

11.08.2016 г. Хакасским УФАС России направлен запрос в газету «Шанс» о предоставлении информации о рекламодателе идентичной рекламы, размещенной в газете «Шанс» № 21 (1299) от 21.04.2016 г.

12.08.2016 г. от МУП «ИРТА «Абакан» в антимонопольный орган поступили следующие документы:

- полноэкранный скриншот утвержденного макета рекламы;
- копия свидетельства о регистрации СМИ.

18.08.2016 г. в Хакасское УФАС России от главного редактора газеты «Шанс» <...> поступили следующие документы и сведения:

- макет рекламы;
- письменные пояснения об отсутствии договора и платежных документов за размещение рекламы «СИЛК».

На заседании комиссии 19.08.2016 года представители МУП «ИРТА «Абакан» явились в назначенное время и пояснили следующее.

По мнению одного из представителей МУП «ИРТА «Абакан», в рассматриваемой статье не имеется рекламы дистанционного способа продажи, так как МУП «ИРТА «Абакан» считает, что в статье размещена реклама препарата – «СИЛК» и организации выставки-продажи данного препарата. В рассматриваемой рекламе объектом рекламирования является товар – «СИЛК», а также мероприятие – выставка-продажа. По мнению МУП «ИРТА «Абакан», исходя из определения пункта 2 статьи 3 Закона о рекламе вышеизложенный способ доставки не может являться объектом рекламирования, так как определение объекта рекламирования не содержит в своем перечне слова – «услуга». МУП «ИРТА» считает, что указанный в нижней части статьи абонентский ящик является дополнительным способом получения товара и обычаем делового оборота. По мнению МУП «ИРТА «Абакан», в случае если человек не воспользовался своим правом присутствия на рекламируемой выставке-продаже, для ознакомления с товаром, то он сможет заказать товар посредством абонентского ящика, либо подождать следующую выставку-продажу.

Изучив материалы дела, оценив пояснения представителей МУП «ИРТА «Абакан», комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама - 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, 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 (пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе).

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, **услуга**), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Закона о рекламе).

Таким образом, товар подразумевает под собой не только средства индивидуализации, результаты интеллектуальной деятельности, но и работы, услуги.

Учитывая изложенное, комиссия отклоняет довод представителя Ответчика о том, что на основании пункта 2 статьи 3 Закона о рекламе дистанционный способ продажи не может являться объектом рекламирования.

Определение дистанционного способа продажи товара дано в [пункте 2 статьи 497](#) ГК РФ, в соответствии с которым 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.

Данный договор характеризуется двумя отличительными признаками: 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, газеты, проспекты, фотоснимки, средства связи и так далее.

Согласно [Правилам](#) продажи товаров дистанционным способом, утвержденным Постановлением Правительства РФ № 612 от 27.09.2007 г., продажа товаров дистанционным способом - это 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 соответствии с [пунктом 20](#) названных Правил, 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 указанной [нормы](#) 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 [пункте 3 статьи 497](#) ГК РФ определен момент исполнения договора розничной купли-продажи, заключенного дистанционным способом: договор считается исполненным с момента доставки товара, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором.

Комиссия антимонопольного органа пришла к выводу, что указанная выше реклама предлагает покупателю препарат – «СИЛК», который возможно приобрести двумя способами: посетить выставку-продажу; заказать по почте, тем самым объектом рекламирования является услуга по дистанционной продаже препарата «СИЛК».

В рекламе не указаны условия, что клиент обязан сначала посетить выставку-продажу и только после этого он сможет приобрести товар по почте.

Таким образом, у потенциального клиента имеется возможность на основании описания товара в газете (ознакомление посредством газеты) приобрести его в любой момент, заказав по почте. К тому же, потенциальный клиент может упустить возможность ознакомления с товаром на выставке-продаже, которая проходит один час, в связи с этим исключается возможность непосредственного ознакомления потребителя с препаратом либо образцом товара и остается единственным способом приобретения данного товара – заказ почтой (дистанционный способ продажи).

В своем ответе МБУК «ГЦК «Победа» сообщило, что выставка-продажа препарата «СИЛК» не состоялась в указанное в рекламе время.

Таким образом, у покупателей данного препарата имелась единственная возможность приобрести препарат – заказать почтой.

Согласно [статье 8](#) Закона о рекламе 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 номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В представленной заявителем газете «Абакан» № 15 (3115) от 20 апреля 2016 г. и в утвержденном рекламном модуле отсутствуют сведения о продавце товара, а именно фамилия имя отчество продавца (индивидуального предпринимателя), что нарушает требования статьи 8 Закона о рекламе.

У МУП «ИРТА «Абакан» имелась возможность потребовать от Заказчика изменение рекламного макета для приведения в соответствие с законодательством о рекламе, что подтверждается пунктом 2.3 договора от 18.04.2016 г. № 2016/РС/0107.

Хакасское УФАС России возражения по делу № 14-Р-16, представленные МУП «ИРТА «Абакан», считает несостоятельными на основании следующего.

Представитель МУП «ИРТА «Абакан» поясняет, что рассматриваемая рекламная статья содержит ОГРНИП (основной государственный номер индивидуального предпринимателя).

Согласно части 1 статьи 6 Федерального закона от 08.08.2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» установлено, что содержащиеся в государственных реестрах сведения и документы являются открытыми и общедоступными.

Правила, установленные статьей 8 Закона о рекламе четко прописывают критерии, которые в обязательном порядке нужно указывать в рекламе при продаже товара дистанционным способом. Для физического лица (рекламодателя) установлены следующие критерии: фамилия, имя, отчество, основной государственный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (в случае если рекламодатель является физическим лицом).

В спорной рекламе содержится только один из вышеприведенных критериев. Таким образом, потребитель товара не имеет возможности получить полную достоверную информацию о продавце данного товара и, следовательно, в том числе лишается возможности вернуть некачественный товар или способствовать защите своих прав и интересов.

Приведенная часть 1 статьи 6 Федерального закона от 08.08.2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» не свидетельствует о том, что каждый потребитель имеет такие познания в области законодательства и соответственно может проверить фамилию имя отчество продавца. Учитывая довод о том, что на основании имеющегося в рекламе ОГРНИП можно проверить фамилию имя отчество отклоняется комиссией, в связи с обязательными требованиями к данной рекламе, изложенными в статье 8 Закона о рекламе.

Довод представителя МУП «ИРТА «Абакан» о том, что указание способа получения товара почтой в рассматриваемой рекламе является обычаем делового оборота принимается комиссией как необоснованный, поскольку приложенная к доводам газета «Шанс» также содержит признаки нарушения статьи 8 Закона о рекламе и не свидетельствует об использовании в рекламной статье обычая делового оборота.

Оценив пояснения представителей Ответчика, материалы дела комиссия приходит к выводу, что рекламная статья в газете «Абакан» № 15 (3115) от 20 апреля 2016 г. полоса № 4 размещена с нарушением требований части статьи 8 Закона о рекламе, так как в ней отсутствует ФИО продавца товара (индивидуального предпринимателя).

Согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 8 Закона о рекламе несет рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является МУП «ИРТА «Абакан».

Поскольку в материалах дела не имеется доказательств того, что в настоящее

время рассматриваемая реклама не распространяется, а срок договора от 18.04.2016 г. № 2016/РС/0107 установлен «до конца текущего календарного года» с возможностью его пролонгации на следующий календарный год, то комиссия имеет основания для выдачи предписания об устранении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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: «СИЛК – урожай вас удивит! Цена препарата СИЛК – 120 руб. На сезон необходимо 6 ампул. При покупке пяти 6-я в подарок. Акция действует 29 апреля. Подробности у продавцов-консультантов. Цена «Суперсистемы» - 200 руб. КОЛИЧЕСТВО ОГРАНИЧЕНО. Заказ почтой: 660133, Красноярск, а/я 24818. На правах рекламы. ОГРНИП 304246518000211», размещенную в газете «Абакан» № 15 (3115) от 20 апреля 2016 г. полоса № 4 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования статьи 8 Закона о рекламе.

2. Выдать МУП «ИРТА «Абакан» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хакасского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии: ...

Члены Комиссии: ...

...