

РЕШЕНИЕ

по делу № 08/04-16р

Резолютивная часть решения оглашена 19 февраля 2016 года

В полном объеме решение изготовлено 09 марта 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства в составе: Председателя комиссии: <...>. - руководителя управления Кировского УФАС России; Членов комиссии: <...>- главного специалиста-эксперта отдела ФРИР Кировского УФАС России; <...>. - специалиста 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России; секретарь - <...>- специалист 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в присутствии:

- лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

<...>- представителя <...>. по доверенности № б/н от 27.01.2016 г.;

<...> - представителя <...> по доверенности № б/н от 16.12.2015 г.;

- заинтересованного лица:

<...>- представителя ООО <...>» по доверенности № б/н от 01.02.2016 г.;

рассмотрев дело № 08/04-16р, возбужденное по признакам нарушения п. 20 ч. 3 ст. 5, ст. 8 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 142 информации следующего содержания: «Мебельная фабрика <...>23 года создаем уют в вашем доме. Скидки на мебель. Любая корпусная и мягкая мебель готовая со склада и под заказ по ценам от производителя. Кровать «Катарина» под 1400x2000 мм ~~30300~~ 18180. -40%. ~~13450~~ 6730. -50%. ~~20400~~ 14280. -30%. Новинка! Модульная прихожая -35%. Цены действительны до 30.04.2015. Подробности у продавцов-консультантов. Срок акции ограничен. ООО «<...>Интернет магазин: [<...>](#). До 50%. <...>

УСТАНОВИЛА:

По результатам плановой проверки за соблюдением законодательства о рекламе (приказ УФАС по Кировской области о проведении плановой документарной проверки № 90 от 27.03.2015 г.) было установлено, что в журнале «Каталог «ПОД

КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 142 размещена информация: «Мебельная фабрика <...> 23 года создаем уют в вашем доме <...> интернет магазин: <...><...>», которая содержит признаки нарушения ст. 8 Федерального закона «О рекламе», поскольку объектом рекламирования является дистанционный способ продажи товаров, при отсутствии сведений о месте нахождения продавца товара.

Определением от 18.01.2016 г. Кировским УФАС России возбуждено дело № 08/04-16р в отношении <...> Т.С. и <...>. по признакам нарушения ст. 8 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в определении содержания и распространении информации: «Мебельная фабрика <...> 23 года создаем уют в вашем доме <...> интернет магазин: <...><...>», размещенной в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 142.

На заседании Комиссии, состоявшемся 01.02.2016 г., представитель v по доверенности № б/н от 16.12.2015 г. <...>. пояснила, что макет спорной рекламы был изготовлен <...>., содержание спорной рекламы было также разработано и определено <...> Согласно договору № 306 от 30.06.2013 г. <...>. действительно является рекламодателем, однако окончательный рекламный макет не согласовывала. Представитель <...> указала, что <...>. на свой страх и риск отправила в печать не утвержденный <...> рекламный макет и, соответственно, является единственным лицом, которое может нести ответственность за нарушение требований Федерального закона «О рекламе».

Представитель <...>. по доверенности № б/н от 27.01.2016 г. <...> поддержал позицию, представленную ранее в материалы дела (вх.№ 468 от 27.01.2016 г.), пояснил, что по мнению <...>. состав правонарушения отсутствует, поскольку в спорной рекламе содержатся все указанные в Федеральном законе «О рекламе» сведения: наименование лица (ООО <...>), ОГРН, а также адреса местонахождения магазинов.

Комиссия, ознакомившись с представленными документами, решила рассмотрение дела отложить в связи с необходимостью привлечения в качестве заинтересованного лица ООО <...> для всестороннего и полного рассмотрения дела, а также в связи с дополнительной квалификацией нарушения по п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку указанная рекламная информация содержит недостоверные сведения о том, что мебельная фабрика <...> существует 23 года, однако согласно сведениям из ЕГРЮЛ ООО <...> создано в 2000 году.

Рассмотрение дела № 08/04-16р определением от 01.02.2016 г. назначено на 16.02.2016 г.

На заседании Комиссии представитель <...> по доверенности № б/н от 16.12.2015 г. <...> поддержала позицию, представленную ранее в материалы дела (вх.№ 846 от 12.02.2016 г.), пояснила, что представить документы, подтверждающие осуществление деятельности ООО <...> в течение 23 лет не представляется возможным, т.к. <...>. и ООО <...> два разных юридических лица и <...>. к юридическому лицу ООО <...> никакого отношения не имеет, учредителем ООО <...> не является и, соответственно, не правомочна давать какие-либо комментарии и оценочные критерии относительно деятельности данного юридического лица.

Представитель <...>. по доверенности № б/н от 27.01.2016 г. <...> поддержал

позицию, представленную ранее в материалы дела (вх.№ 873 от 15.02.2016 г.), пояснил, что спорный рекламный макет был изготовлен <...>., его же было определено его содержание. Рекламный макет <...>не утверждался.

Представитель ООО <...> по доверенности № б/н от 01.02.2016 г. <...>. поддержал позицию, представленную ранее в материалы дела (вх.№ 844 от 12.02.2016 г.), пояснил, что ООО <...> не изготавливало макет и не определяло содержание ни одной из реклам, размещенных в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров». ООО <...> не имеет филиалов и представительств в Кировской области. Представитель ООО <...> указал, что пояснений относительно существования ООО <...> на протяжении 23 лет дать не может, поскольку ООО <...> зарегистрировано 30.11.2000 г.

16.02.2016 г. в заседании Комиссии Кировского УФАС России был объявлен перерыв в связи с необходимостью получения дополнительных документов от лиц, участвующих в деле.

На заседании Комиссии, состоявшемся 19.02.2016 г., представитель <...>по доверенности № б/н от 16.12.2015 г. <...>поддержала позицию, представленную ранее в материалы дела (вх.№ 846 от 12.02.2016 г.).

Представитель <...>. по доверенности № б/н от 27.01.2016 г. <...>поддержал позицию, представленную ранее в материалы дела (вх.№ 873 от 15.02.2016 г.).

Представитель ООО <...> по доверенности № б/н от 01.02.2016 г. <...>. поддержал позицию, представленную ранее в материалы дела (вх.№ 844 от 12.02.2016 г.), дополнительно представил договор поставки № 79 от 30.06.2009 г., свидетельствующий о наличии договорных отношений между ООО <...> и <...>

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его 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 – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 142 следующего содержания: «Мебельная фабрика <...>. 23 года создаем уют в вашем доме <...> ООО <...> <...>интернет магазин: <...><...>», направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (товару – мягкой и корпусной мебели, реализуемой в том числе дистанционным способом), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

В силу ч. 2 ст. 497 Гражданского кодекса Российской Федерации 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 (дистанционный способ продажи товара).

Указанная выше реклама предлагает покупателю товары (мягкую и корпусную мебель), исключая возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении договора, заключаемого посредством получения продавцом сообщения через сайт о намерении покупателя приобрести товар (дистанционный способ торговли).

Потребитель осуществляет заказ продукции через сайт, указанный в рекламе <...>, при этом у него отсутствует возможность ознакомиться непосредственно с товаром; в связи с чем данная информация является рекламой товаров, реализуемых дистанционным способом.

Порядок продажи товаров дистанционным способом регулируется [Правилами](#) продажи товаров дистанционным способом, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612 (далее - Правила).

Согласно [п. 2](#) Правил дистанционный способ - 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 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.

В силу п. 20 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.

Таким образом, рассматриваемый 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, проспекты, фотоснимки, средства связи, информационно-телекоммуникационная сеть «Интернет», и так далее.

На основании [п. 2 ст. 26.1](#) Закона Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» на продавца возложена обязанность до заключения договора предоставить потребителю информацию 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.

В рассматриваемом случае отсутствует непосредственный контакт потребителя с товаром либо его образцом до заключения договора, ознакомление с товаром происходит посредством заказа через сайт <...> (указан в рекламе).

В силу ст. 8 Федерального 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 регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Таким образом, информация в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 142 следующего содержания: «Мебельная фабрика <...>. 23 года создаем уют в вашем доме <...> ООО <...> <...>интернет магазин: <...> <...>», относящаяся к дистанционному способу продажи товаров, не содержит обязательные сведения о продавце товаров (место нахождения юридического лица ООО <...>, которым согласно выписке из ЕГРЮЛ является: г. Киров, ул. Фабричная, д. 19), поэтому она размещена с нарушением ст. 8 Федерального закона «О рекламе».

В силу п. [20 ч. 3 ст. 5](#) Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В рассматриваемом случае из содержания рекламной информации: «Мебельная фабрика <...>. 23 года создаем уют в вашем доме <...> ООО <...> <...>интернет магазин: <...><...>» следует, что ООО <...> - мебельная фабрика, осуществляющая торговлю мягкой и корпусной мебелью на протяжении 23 лет.

Согласно представленному ООО <...> в материалы дела Свидетельству о государственной регистрации юридического лица, ООО <...> зарегистрировано 30.11.2000 г., регистрационный номер <...> .

Учитывая изложенное, ООО <...> не осуществляет свою деятельность 23 года.

Журнал «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) вышел из печати 01.04.2015 г. Таким образом, на момент публикации ООО <...> осуществляло деятельность менее 23 лет (а именно 14 лет). Поэтому информация: «Мебельная фабрика <...>. 23 года создаем уют в вашем доме <...> ООО <...> <...>интернет магазин: <...><...>», размещенная в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 142, не соответствует действительности, так как содержит недостоверные сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара и размещена с нарушением п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Довод <...> о том, что окончательный рекламный макет не согласовывался с ней и был отправлен в печать <...>. на свой страх и риск не может быть принят во внимание, поскольку он не соответствует установленным антимонопольным органом фактическим обстоятельствам дела.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что спорная реклама размещалась в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 142 на основании договора на оказание услуг по производству и размещению рекламных и/или информационных материалов № 306 от 30.07.2013 г., дополнительного соглашения № 2 от 26.03.2014 г.

В материалах дела также имеются: копия акта № 681 от 01.04.2015 г. по счету на предоплату № 269 от 12.03.2015 г. на размещение рекламы в каталоге «Под Ключ Киров» № 4; копия акта сверки взаимных расчетов за период 01.01.2015 г. – 14.04.2015 г. между <...>. и <...>

<...>. (Заказчик) свои обязательства по оплате рекламной информации выполнила, что подтверждается актом сверки взаимных расчетов за период 01.01.2015 г. – 14.04.2015 г. и не отрицается представителем <...>.

Доказательства направления возражений и претензий в отношении размещенной рекламы, в части отсутствия информации о месте нахождения ООО <...> и наличия в рекламе не соответствующих действительности сведений о периоде существования ООО <...>, <...> в материалы дела не представлено.

Также следует отметить, что макет рекламы был передан <...> для размещения <...>. Данный макет содержал информацию: «Мебельная фабрика <...>. 23 года создаем уют в вашем доме <...>», а также информацию: «<...> Подробности у продавцов-консультантов. Срок акции ограничен. ООО <...> <...>. Интернет магазин: <...>. <...>».

При этом информация, размещенная в газете и информация, предоставленная в материалы дела <...>., существенно не отличается, а именно содержит спорные выражения: «Мебельная фабрика <...>. 23 года создаем уют в вашем доме <...>», «<...> Подробности у продавцов-консультантов. Срок акции ограничен. ООО <...> <...>. Интернет магазин: <...>. <...>».

Отсутствие документа о согласовании окончательного рекламного макета, не свидетельствует об отсутствии вины <...>, поскольку она должна была действовать разумно и осмотрительно, исключив распространение ненадлежащей рекламы. Кроме того, ответственность за ненадлежащую рекламу в рассматриваемом случае возложена как на рекламодателя, так и на рекламораспространителя.

При сложившихся обстоятельствах, отсутствие подписанного макета со стороны заказчика и исполнителя в данном случае не свидетельствует об отсутствии вины <...> Вина ее заключается в предоставлении для размещения рекламной информации, не соответствующей требованиям п. 20 ч. 3 ст. 5, ст. 8 Федерального [закона](#) «О рекламе». При этом своим правом осуществления контроля по проверке рекламной информации, опубликованной в журнале, с целью устранения нарушений законодательства, а именно: отсутствие информации о месте нахождения ООО <...>, а также наличие не соответствующих действительности сведений о периоде существования Общества, предоставленной ей исполнителю для размещения, <...>. не воспользовалась.

В соответствии с ч. 6, 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ст. 8 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодаделец, так и рекламодатель, ответственность за нарушение требований п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

Материалами дела установлено и подтверждается <...> в письменных пояснениях, что рекламодаделем информации «Мебельная фабрика <...>. 23 года создаем уют в вашем доме <...> ООО <...> <...> интернет магазин: <...><...>» на основании договора на оказание услуг по производству и размещению рекламных и/или информационных материалов № 306 от 30.07.2013 г., дополнительного соглашения № 2 от 26.03.2014 г. является индивидуальный предприниматель <...>, а рекламодателем индивидуальный предприниматель <...>. Данный факт также подтверждается актом № 681 от 01.04.2015 г., актом сверки взаимных расчетов за период 01.01.2015 г. – 14.04.2015 г. между <...>. и <...>

Таким образом, нарушение рекламного законодательства произошло по вине индивидуального предпринимателя <...>, и индивидуального предпринимателя <...>. Учитывая тот факт, что спорная реклама носила разовый характер и на данный момент не распространяется, Комиссия решила предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодаделем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 6](#) настоящей статьи, [частью 4 статьи 14.3.1](#), [статьями 14.37](#), [14.38](#), [19.31](#) настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

Руководствуясь ст. 3, п. 20 ч. 3 ст. 5, ст. 8, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 142 следующего содержания: «Мебельная фабрика <...>. 23 года создаем уют в вашем доме. Скидки на мебель. Любая корпусная и мягкая мебель готовая со склада и под заказ по ценам от производителя. Кровать «Катарина» под 1400x2000 мм ~~36300~~ 18180. -40%. ~~+3450~~ 6730.

-50%. ~~20400~~ 14280. -30%. Новинка! Модульная прихожая -35%. Цены действительны до 30.04.2015. Подробности у продавцов-консультантов. Срок акции ограничен. ООО <...> <...>. Интернет магазин: <...>. До 50%. <...>, ненадлежащей, так как она противоречит п. 20 ч. 3 ст. 5, ст. 8 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать в действиях индивидуального предпринимателя <...>, выразившихся в распространении рекламы дистанционного способа продажи товаров, указанной в пункте 1 настоящего решения, в отсутствие сведений о месте нахождения юридического лица – ООО <...>, факт нарушения ст. 8 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

3. Признать в действиях индивидуального предпринимателя <...>, выразившихся в определении содержания рекламы дистанционного способа продажи товаров, указанной в пункте 1 настоящего решения, в которой отсутствуют сведения о месте нахождения юридического лица – ООО <...>, а также содержатся недостоверные сведения о периоде существования мебельной фабрики <...> (23 года), факт нарушения п. 20 ч. 3 ст. 5, ст. 8 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

4. Предписание индивидуальному предпринимателю <...>, и индивидуальному предпринимателю v не выдавать.

5. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

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