

24 апреля 2019 года
127

г. Пенза, ул. Урицкого,

Резолютивная часть решения объявлена 22 апреля 2019 года.

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

рассмотрев дело № 3-01/13-2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении К... по факту распространения рекламы продажи робота-пылесоса с доставкой по России и наложенным платежом, размещенной в сети Интернет на сайте интернет-магазина Xiaomirobo2.ru, содержащей признаки нарушения статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе (далее – ФЗ «О рекламе»),

- в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – К...,

УСТАНОВИЛА:

В Пензенское УФАС России поступило заявление гр-на К..., перенаправленное Федеральной антимонопольной службой по Сахалинской области (от 18.02.2019), по факту распространения рекламы продажи робота-пылесоса с доставкой по России и наложенным платежом, размещенной в сети Интернет на сайте интернет-магазина Xiaomirobo2.ru, которая не соответствует требованиям законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 21.02.2019 по факту распространения рекламы «доставки товаров» возбуждено дело № 3-01/13-2019 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 К....

Определением от 21.03.2019 исх. № 916-3 дело № 3-01/13-2019 было отложено и назначено к рассмотрению на 22.04.2019.

Изучив представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

На сайте интернет-магазина Xiaomi2.ru в декабре 2018 года распространялась реклама продажи робота-пылесоса с доставкой по России и наложенным платежом.

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 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 – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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

-предназначаться для неопределенного круга лиц;

-привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

-способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (т.е. возможность купить товар или воспользоваться услугой).

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

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.

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

Информация, размещенная на сайте интернет-магазина Xiaomi2.ru, содержит все определяющие правовые 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: формирует и поддерживает интерес к объектам рекламирования и способствует их продвижению на рынке аналогичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является) следовательно, является рекламой.

В рекламе содержится информация: «Доставка Вашего помощника робота-пылесоса», имеется указание на сайт и возможность доставки по телефону.

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

Согласно пункту 1 статьи 26.1 Федерального закона от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» дистанционным способом продажи товара считается заключение договора розничной купли-продажи 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.

Порядок продажи товара дистанционным способом регулируется Правилами продажи товаров дистанционным способом, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612 (далее – Правила).

Пунктом 2 Правил определено, что продажа товаров дистанционным способом это продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключенному на основании ознакомления с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или посредством средств связи, или иными способами, исключаящими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

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

В силу пунктов 2, 3 статьи 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). 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.

Проанализировав приведенные нормы права в их системной взаимосвязи, учитывая, что при дистанционном способе продажи товара отсутствует прямой, непосредственный контакт потребителей с товаром либо его образцом до заключения договора, что в рассматриваемом случае ознакомление с товаром происходит посредством изучения фотоснимков, в рекламе имеется указание на «доставку», Комиссия приходит к выводу, что рекламируемый товар реализуется дистанционным способом путем его предложения в рекламном объявлении, в котором размещены товары по различным группам, информация о наличии и доставке товара.

Также установлено, что договор купли-продажи товара заключается в момент заказа покупателем товара по телефону и считается исполненным в момент доставки товара по месту жительства покупателя.

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

Согласно статье 8 ФЗ «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.

В нарушение указанной нормы закона в рекламе «доставки робота-пылесоса» отсутствуют сведения о продавце таких товаров: место нахождения; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Таким образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, реклама «доставки робота-пылесоса», размещенная на сайте интернет-магазина Xiaomirobo2.ru, нарушает требования статьи 8 ФЗ «О рекламе».

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

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьей 8 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьей 8 законодательства Российской Федерации о рекламе, несет рекламодатель.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Сахалинской области установлено, что администратором доменного имени Xiaomirobo2.ru в соответствии с регистрационными данными является К....

В ходе рассмотрения дела Пензенским УФАС России в адрес Управления по вопросам миграции УМВД России по Пензенской области направлен запрос (исх. от 21.03.2019) о предоставлении сведений относительно адреса регистрации К...

Согласно информации, представленной Управлением по вопросам миграции УМВД России по Пензенской области ПАО «МТС», К... зарегистрированным по адресу: г.Пенза,.... не значится.

Доказательства распространения рекламы «доставки робота-пылесоса» на сайте интернет-магазина Xiaomirobo2.ru в материалах дела отсутствуют.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольных дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «доставки робота-пылесоса», размещенную на сайте интернет-магазина Xiaomirobo2.ru в декабре 2018 года, поскольку при ее распространении нарушены требования статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

2. В связи с тем, что не установлено, кто является рекламодателем и рекламодателем рекламы «доставки робота-пылесоса» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

Решение изготовлено в полном объеме 24 апреля 2019 года.

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