



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)
ЗАМЕСТИТЕЛЬ
РУКОВОДИТЕЛЯ

ЗАО «Европа Плюс»

ул. Станиславского,
д. 21, стр. 5, г. Москва,
109004

Садовая Кудринская, 11
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24
delo@fas.gov.ru <http://www.fas.gov.ru>

17.11.2015 № АА/64425/15

На № _____ от _____

О рекламе товаров при дистанционном
способе их продажи

ФАС России рассмотрел обращение ЗАО «Европа Плюс» о рекламе товаров при дистанционном способе их продажи и сообщает.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального 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.

Согласно статье 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.

Понятие продажи товара дистанционным способом содержится в пункте 2 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612 (далее — Правила продажи товаров дистанционным способом), согласно которому продажа товаров дистанционным способом является продажей 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 соответствии с пунктом 20 Правил продажи товаров дистанционным способом 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.

По мнению специалистов ФАС России, в случае если для приобретения товара потребителю необходимо обратиться по месту осуществления деятельности продавца, и только после этого товар может быть вывезен самим потребителем или при помощи услуги по доставке, осуществляемой продавцом товара, такой способ продажи товара не является дистанционным.

При таких условиях, по мнению специалистов ФАС России, указанная реклама не может рассматриваться как реклама товаров при дистанционном способе их продажи.

Таким образом, при приобретении товаров дистанционным способом потребитель не имеет возможности непосредственно изучить товар, его характеристики, свойства, состав, и ознакомление осуществляется, в первую очередь, по описанию или фотографиям. При этом окончательное заключение договора (продажа товара), как правило, осуществляется вне места осуществления деятельности продавца.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «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.

При этом, по смыслу пункта 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вопрос об отнесении информации к рекламе решается отдельно в каждом конкретном случае исходя из наличия либо отсутствия признаков, указанных в статье 3 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, согласно части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» Специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств

индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

По мнению специалистов ФАС России, сама по себе реклама сайта-агрегатора, на котором содержится перечень каких-либо интернет-магазинов (без указания на конкретные наименования таких интернет-магазинов), в том числе, осуществляющих продажу товаров дистанционным способом, не требует указания сведений о продавце товаров при дистанционном способе продажи товаров, предусмотренных статьей 8 Федерального закона «О рекламе».

Однако, в случае наличия в рекламе такого сайте-агрегатора указания на конкретное наименование организации, осуществляющей продажу товаров исключительно дистанционным способом, указанная организация в таком случае выступает вторым объектом рекламирования, либо в случае когда организация, осуществляющая продажу товаров исключительно дистанционным способом, выступает единственным объектом рекламирования, такая реклама с учетом части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» должна соответствовать положениям статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

 А.Б. Кашеваров

Бадалов Г.Д. (499) 755-23-23 доб. 088-727