Заказное с уведомлением о вручении

ИП М.

Гр.Ф.

Р Е Ш Е Н И Е

по делу №109-15/04 РЗ

Резолютивная часть решения оглашена 28 апреля 2015 г.

Решение в полном объеме изготовлено 12 мая 2015г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Орловской области (далее- Орловское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – Кирьянов А.Н., заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии - Губчевская М.В., ведущий специалист – эксперт;

- Плотникова Е.Ж., специалист – эксперт,

рассмотрев дело №109-15/04 РЗ, возбужденное по заявлению гр.Ф. в отношении ИП М. по признакам нарушений части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в присутствии:

-ИП М.,

УСТАНОВИЛА:

03.03.2015г. в адрес Управления поступило заявление физического лица- гр. Ф. (вх. №96 от 03.03.2015г.), в котором сообщалось о признаках нарушения законодательства РФ о рекламе при распространении рекламы межкомнатных дверей ИП М., а именно: недостоверной информации о сроках установки приобретаемых у ИП М. дверей и оказанию указанным индивидуальным предпринимателем услуг по установке межкомнатных дверей.

К заявлению гр. Ф. была приложена копия рекламной листовки, распространяемой ИП М. следующего содержания:

«Двери межкомнатные

Филенчатые, шпонированые дубом и ясенем

Широкий ассортимент

Всегда в наличии

Высокое качество

Доступные цены

Скидки

<u>Установка</u>

Магазин:

Ул.Гагарина, 23 а

Телефон 780-870

Двери-сейфы».

В соответствии с пунктом 1 статьи 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 продвижения на рынке.

Из данной нормы Закона «О рекламе» следует, что квалифицирующими признаками рекламы являются:

1.1. распространяется любым способом, в любой форме и любыми средствами.

Информация о продаже широкого ассортимента дверей с их возможной установкой распространяется посредством рекламных листовок (фото приложено к заявлению).

1.2. адресуется неопределенному кругу лиц

Данная информация распространялась для круга лиц, который заранее не был определен в качестве конкретной стороны. Из указанной рекламной информации следовало, что информация представлена всем потребителям, а не конкретно определившемуся лицу.

1.3. направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижения на рынке.

В статье 3 Закона «О рекламе» приведены понятия:

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);

товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Данная информация обращала внимание и поддерживала интерес потребителей к продавцу товара – магазину дверей по ул. Гагарина, 23 (ИП М.), товару-широкому ассортименту межкомнатных дверей, а также услугам по установке указанных дверей.

Таким образом, информация о продаже межкомнатных дверей высокого качества по доступным ценам с их последующей установкой отвечала всем квалифицирующим признакам рекламы, т.е. являлась рекламой *(далее- реклама «Межкомнатные двери»).*

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона «О рекламе» *не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.*

В рекламе «Межкомнатные двери» отсутствовала часть существенной информации об условиях установки приобретаемых у ИП М. дверей, а именно информация о том, что двери устанавливаются не ИП М., а иным мастером за дополнительную плату, что вводило потребителей в заблуждение относительно объёма услуг, оказываемых ИП М.

В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе»:

- ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламопроизводитель.

18.03.2015 года Управлением было возбуждено дело №109-15/04РЗ в отношении ИП М. по признакам нарушений части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

Определением о возбуждении производства по делу №109-15/04РЗ (исх. №1040/04 от 18.03.2015) у ИП М. была запрошена необходимая информация, документы и сведения для полного и всестороннего рассмотрения дела. Срок предоставления- 03.04.2015г.

Рассмотрение дела №109-15/04РЗ по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе было назначено на 09.04.2015г.

09.04.2015 г. для участия в рассмотрении дела №109-15/04РЗ прибыла заявитель гр.Ф.

ИП М. и/или его доверенный представитель в Управление не прибыли, информацию, запрашиваемую Определением о возбуждении производства по делу №109-15/04РЗ (исх. №1040/04 от 18.03.2015) не представили.

По состоянию на 09.04.2015г. в Управлении отсутствовали сведения о надлежащем уведомлении ИП М. о времени и месте рассмотрения дела №109-15/04РЗ.

Однако, заявитель не возражал против предоставленной Комиссией возможности изложения своей позиции по делу №109-15/04РЗ.

Заявитель – гр.Ф. подтвердила доводы, изложенные ею в жалобе (вх.№96 от 03.03.2015г.), а именно: ИП М. в целях привлечения потребителей использует недобросовестную и недостоверную рекламу, а именно в части установки приобретаемых дверей непосредственно самим индивидуальным предпринимателем, что не соответствует действительности. По мнению заявителя, реклама «Межкомнатные двери» противоречит требованиям законодательства РФ о рекламе.

Комиссия, рассмотрев документы, имеющиеся в материалах дела, отложила рассмотрение дела №109-15/04 РЗ, в связи с необходимостью надлежащего уведомления ИП М. о времени и месте рассмотрения дела №109-15/04РЗ и получения запрашиваемой информации от ИП М.

Дело №109-15/04 РЗ было назначено к рассмотрению на 28.04.15г.

Определением об отложении рассмотрения дела №109-15/04РЗ (исх. №1401/04 от 13.04.2015г.) у ИП М. были запрошены документы и сведения для полного и всестороннего рассмотрения дела.

Документы и сведения, необходимые для рассмотрения дела №109-15/04РЗ, ИП М. были представлены в установленный срок (вх.№2477 от 23.04.2015г.).

В письменных пояснениях ИП М. сообщил следующее:

«На Ваш запрос в Определении об отложении рассмотрения дела № 109- 15/04РЗ от 09.04.2015г. сообщаю следующее. Представленная листовка является визитной карточкой моего магазина и не распространяется никакими иными способами в других местах. Мы предлагаем ее покупателям при заказе дверей с целью предоставления информации о местоположении магазина (см. на обороте) и контактного телефона, чтобы покупатель мог впоследствии получить всю необходимую информацию о своем заказе, не приезжая в магазин. Такая же визитка с нашими контактными данными была предложена Гр. Ф. вместе с товарным чеком после того, как она заказала в магазине двери и внесла

предоплату.

Данная листовка была заказана мной 19.09.2013г. в типографии «Труд» (копию платежного документа прилагаю) по макету, который был разработан 6 лет назад, и представленная на нем информация на тот момент полностью соответствовала действительности.

В настоящее время установка дверей магазином не производится. Однако если покупатель просит посоветовать специалиста по установке, то мы предоставляем телефон мастера, качественно выполняющего установку дверей в частном порядке. Данная информация также была доведена до сведения гр. Ф. при оформлении заказа. При этом покупателя все устроило, и она внесла предоплату.

К большому сожалению, после получения дверей гр. Ф. мастер, с которым у нее была договоренность на установку, не смог выполнить свою работу по семейным обстоятельствам, не разрешенным и по сей день. В результате данных обстоятельств гр. Ф. обратилась с жалобой в ФАС.

Что касается распространения иного вида рекламы магазина, то сообщаю, что на фасаде здания магазина, расположенного по адресу г.Орел, ул.Гагарина, д.23а, есть наружная реклама, на которой отсутствует информация об установке дверей. Также существует сайт магазина «Двери в Дом» WWW.dveri-v-dom57.ш. На нем нет информации об установке. Копии фотографий фасада здания магазина и страниц сайта прилагаю».

28.04.2015г. для участия в рассмотрении дела №109-15/04РЗ прибыл ИП М.

В ходе рассмотрения дела ИП М. подтвердил доводы, изложенные в письменных объяснениях, а именно: представленная в материалах дела листовка не является рекламой, а является визитной карточкой магазина «Двери», она выдается покупателям при заключении договора на покупку дверей в качестве информации.

Также ИП М. подтвердил, что установкой дверей в настоящее время не занимается, услуги по установке оказывает сторонний мастер.

Кроме того, в рамках рассмотрения дела, Комиссия проанализировала фотографии рекламной конструкции, установленной перед входом в магазин «Двери в дом» по адресу: г.Орел, ул.Гагарина, д.23а, в котором предпринимательскую деятельность осуществляет ИП М.

На указанных рекламных конструкциях представлена следующая информация:

«Двери в дом.

Отличный выбор. Двери межкомнатные, входные.

*Шпон, экошпон, ПВХ, ламинат, фурнитура**, рассрочка, кредит.** Замер, доставка.www.dveri-v-dom57.ru. т.780-870.*

ИП М. пояснил, что самостоятельно не оказывает услуги по предоставлению кредита на покупку дверей. Указанная финансовая услуга предоставляется ПАО «Лето Банк», на основании заключенного договора.

Комиссия, рассмотрев документы, имеющиеся в материалах дела №109-15/04РЗ, заслушав пояснения лица, участвующего в деле, пришла к следующим выводам:

1. В ходе рассмотрения дела, ИП М. не согласился с тем, что информация «Межкомнатные двери», приложенная к заявлению гр.Ф., является рекламой, так как, по его мнению, она по форме является визитной карточкой, имеющей целью предоставления информации о местоположении магазина и контактного телефона, чтобы покупатель мог впоследствии получить всю необходимую информацию о своем заказе, не приезжая в магазин.

Комиссия разъяснила ИП М. следующее:

В соответствии с частью 1 статьи 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.

Визитная карточка-карточка, на которой указаны сведения о ее владельце, обладателе. Как правило, на визитной карточке указывается фамилия, имя, отчество, должность, служебный (иногда домашний) адрес, телефоны. Иногда на визитке помещается товарный знак, логотип фирмы. Визитная карточка может быть заполнена с двух сторон на разных языках.

На визитных карточках, которые организация заказывает для своих сотрудников, указывают наименование организации (и ее логотип), адрес, фамилию и имя сотрудника, а также его должность и контактные телефоны, адрес электронной почты.

Целью вручения визитной карточки является представление личности сотрудника. Информация, указанная в визитной карточке, предназначена для ограниченного круга лиц, который определяет ее владелец. **Информация на визитной карточке не формирует и не поддерживает интерес к изготавливаемым организацией товарам (работам, услугам). Она лишь информирует о том, что сотрудник работает в конкретной организации в определенной должности, а также о том, как с ним связаться.**

ИП М. распространялась листовка следующего содержания:

«Двери межкомнатные

Филенчатые, шпонированые дубом и ясенем

Широкий ассортимент

Всегда в наличии

Высокое качество

Доступные цены

Скидки

Установка

Магазин:

Ул.Гагарина, 23 а

Телефон 780-870

Двери-сейфы».

Данная информация обращала внимание и поддерживала интерес потребителей к продавцу товара – магазину дверей по ул. Гагарина, 23 (ИП М.), товару-широкому ассортименту межкомнатных дверей, а также услугам по установке указанных дверей.

Таким образом, информация о продаже межкомнатных дверей высокого качества по доступным ценам с их последующей установкой отвечала всем квалифицирующим признакам рекламы, <u>т.е. являлась рекламой, а не информацией на визитной карточке.</u>

2. В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона «О рекламе» *не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.*

В рекламе «Межкомнатные двери», распространявшейся в виде печатных рекламных листовок, отсутствовала часть существенной информации об условиях установки приобретаемых у ИП М. дверей, а именно информация о том, что двери устанавливаются не ИП М., а иным мастером за дополнительную плату, что вводило потребителей в заблуждение относительно объёма услуг, оказываемых ИП М.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

В рекламе «Межкомнатные двери», распространявшейся на рекламной конструкции, установленной перед входом в магазин «Двери в дом» по адресу: г.Орел, ул.Гагарина, д.23а, в котором предпринимательскую деятельность осуществляет ИП М. сообщалось о предоставлении финансовой услуги – кредита. Вместе с тем, в указанной рекламе отсутствовали сведения о наименовании лица, предоставляющего данные услуги, что могло вводить потребителей в заблуждение относительно лица, предоставляющего указанную финансовую услугу.

3. Статьей 3 Закона «О рекламе» приведены следующие основные понятия:

- рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

- рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

- рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

В ходе рассмотрения дела установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем рекламы «Межкомнатные двери» как в виде рекламных листовок, так и на рекламных конструкциях, установленных перед входом в магазин «Двери в дом» по адресу: г.Орел, ул.Гагарина, д.23а, является ИП М., так как именно вышеуказанное лицо определило объект рекламирования и содержание рекламы «Межкомнатные двери», а также осуществляло распространение данной рекламы.

4. В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» *ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.*

В рекламе «Межкомнатные двери», распространявшейся в виде печатных рекламных листовок, отсутствовала часть существенной информации об условиях установки приобретаемых у ИП М. дверей, а именно информация о том, что двери устанавливаются не ИП М., а иным мастером за дополнительную плату, что вводило потребителей в заблуждение относительно объёма услуг, оказываемых ИП М.

В рекламе «Межкомнатные двери», распространявшейся на рекламной конструкции, установленной перед входом в магазин «Двери в дом» по адресу: г.Орел, ул.Гагарина, д.23а, в котором предпринимательскую деятельность осуществляет ИП М. сообщалось о предоставлении финансовой услуги – кредита. Вместе с тем, в указанной рекламе отсутствовали сведения о наименовании лица, предоставляющего данные услуги, что могло вводить потребителей в заблуждение относительно лица, предоставляющего указанную финансовую услугу.

Реклама «Межкомнатные двери» противоречила требованиям части 1 статьи 28, части 7 статьи 5 Закона «О рекламе», то есть **являлась ненадлежащей**.

5. В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе»:

- ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» несет рекламодатель.

- ответственность за нарушение части 1 статьи 28 Закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламораспространитель.

6. Таким образом, ИП М., как рекламодатель и рекламораспространитель, несет ответственность за нарушение части 7 статьи 5 и части 1 статьи 28 Закона «О рекламе».

7. В ходе заседания Комиссии ИП М. не представил доказательств того, что указанная реклама была приведена в соответствие с требованиями действующего законодательства о рекламе.

8. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе (ненадлежащая

реклама) установлена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу **«Межкомнатные двери»**, распространяемую **ИП М.,** поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона «О рекламе».

2. Выдать **ИП М.** предписание о прекращении нарушения части 1 статьи 28 Закона « О рекламе».

3. Выдать **ИП М.** предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 5 Закона « О рекламе».

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Орловского УФАС России для возбуждения дел об административных правонарушениях, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении **ИП М.**

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

Председатель Комиссии А.Н.Кирьянов

Члены Комиссии М.В. Губчевская

Е.Ж.Плотникова