

О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

о прекращении производства по делу

06 сентября 2016 года

г. Липецк

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дела № 16, возбужденного по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель комиссии:

Д. А. Шелестенко заместитель руководителя - начальник отдела защиты конкуренции;

Члены Комиссии:

Ю. В. Селезнева государственный инспектор отдела защиты конкуренции;

Т.А. Филатова государственный инспектор отдела защиты конкуренции,

рассмотрев дело № 16 по признакам нарушения части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» акционерным обществом «Домостроительный комбинат» (398007 г. Липецк, ул. Ковалева, д. 125Б, каб. 1 ИНН 4823018811 ОГРН 1024840833588) (далее – АО «ДСК»),

в присутствии:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения ФЗ «О рекламе» - АО «ДСК» <...> (доверенность № 40 от 05.09.2016);

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Липецкого УФАС России, было установлено, что в г. Липецке в рекламно-информационной газете «Моя реклама» от 27 июня 2016 № 37 (1722) распространяется рекламная информация следующего содержания: «*оaoDSK.ru Нам 45 лет! СОВРЕМЕННАЯ СЕРИЯ ДОСТУПНОГО ЖИЛЬЯ! Скидки, которые бывают раз в полвека! ЮБИЛЕЙНАЯ РАСПРОДАЖА КВАРТИР, КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ И ПАРКОВОЧНЫХ МЕСТ <...> ДОСТУПНО. СОВРЕМЕННО.*

КАЧЕСТВЕННО.»

Статья 1 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон, ФЗ «О рекламе») в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно п. 1 ч.1 ст. 3 Закона 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.

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 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.

п. 3 ч. 1 ст. 3 Закона гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама должна быть адресована неопределенному кругу лиц. Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Таким образом, информация, распространяемая в рекламно-информационной газете «Моя реклама» от 27 июня 2016 № 37 (1722) следующего содержания: «*oaoDSK.ru Нам 45 лет! СОВРЕМЕННАЯ СЕРИЯ ДОСТУПНОГО ЖИЛЬЯ! Скидки, которые бывают раз в полвека! ЮБИЛЕЙНАЯ РАСПРОДАЖА КВАРТИР, КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ И ПАРКОВОЧНЫХ МЕСТ <...> ДОСТУПНО. СОВРЕМЕННО. КАЧЕСТВЕННО.*» соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламной, где объектом рекламирования является продажа квартир со скидкой компанией ДСК.

С целью осуществления Управлением Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области своих полномочий по государственному надзору за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждению, выявлению и пресечению нарушений физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе, на основании статей 33-34 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ в адрес учредителя рекламно-информационной газеты «Моя реклама» ЗАО «Издательский дом «Пронто–Центр» был направлен запрос о предоставлении необходимой документации о происхождении указанной спорной рекламы.

В соответствии с информацией полученной от ЗАО «Издательский дом «Пронто–

Центр» рекламодателем указанной рекламы является общество с ограниченной ответственностью «Территория высоты» в соответствии с договором № 21-0502 на размещение рекламы от 28.04.2016 г., заключенным между ЗАО «Издательский дом «Пронто-Центр» и ООО «Территория высоты».

В адрес ООО «Территория высоты» был направлен запрос о предоставлении информации. Согласно поступившим документам, между ООО «Территория высоты» и акционерным обществом «Домостроительный комбинат» (398007 г. Липецк, ул. Ковалева, д. 125Б, каб. 1 ИНН 4823018811 ОГРН 1024840833588) (далее – АО «ДСК») был заключен договор № 014 на оказание услуг от 09.10.2015 г. В соответствии с указанным договором исполнитель (ООО «Территория высоты») принимает на себя обязательства по организации и проведению рекламной кампании для заказчика (АО «ДСК»). Кроме того, в Липецкое УФАС России была представлена копия приказа № 110 от 10 мая 1971 г. об организации в системе Главлипецкстроя Домостроительного комбината.

Пункт 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» устанавливает, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

В соответствии с п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В нарушение данной правовой [нормы](#) в тексте рекламы содержится недостоверная информация об АО «ДСК», поскольку, согласно сведениям из Единого государственного реестра юридических лиц, указанное юридическое лицо зарегистрировано 26.07.2001 года. По состоянию на 27.06.2016 срок деятельности общества составлял четырнадцать лет одиннадцать месяцев. Сведения о юридических лицах-предшественниках при реорганизации отсутствуют.

В данной ситуации происходит искажение смысла рекламной информации на основе предоставления неверных сведений и неполного информирования потребителей, что ведет к нарушению их права на получение достоверной и полной информации об объекте рекламирования с целью обеспечения возможности осознанного и правильного выбора товара.

Таким образом, на основании вышеизложенного, информация о том что АО «ДСК» 45 лет являются недостоверными.

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

Кроме того, согласно документам представленным ООО «Территория высоты», указанная реклама, кроме рекламно-информационной газеты «Моя реклама», распространяется в г. Липецке на борту коммерческого ТС, маршрут № 317, и на остановочном павильоне – остановка «Областной центр культуры».

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

п. 5 ст. 3 Закона «О рекламе» гласит, что рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации.

При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы.

Стоит отметить, что к договорам, заключаемым на распространение рекламы, применяются общие положения Гражданского [кодекса](#) Российской Федерации о сделках. Согласно [пункту 1 статьи 182](#) Гражданского кодекса Российской Федерации сделка, совершенная одним лицом (представителем) от имени другого лица (представляемого) в силу полномочия, основанного на доверенности, указании закона либо акте уполномоченного на то государственного органа или органа местного самоуправления, непосредственно создает, изменяет и прекращает гражданские права и обязанности представляемого.

Так, например, в случае если реклама размещается на основании договора, заказчиком рекламы по которому выступает физическое лицо - законный представитель юридического лица, или уполномоченный представитель юридического лица, и такого рода договор заключается в интересах юридического лица, то рекламодателем такой рекламы признается данное юридическое лицо, в том числе поскольку в силу объекта рекламирования и обстоятельств распространения рекламы данное юридическое лицо заинтересовано в распространении рекламы.

На основании вышеизложенного, рекламодателем спорной рекламы является акционерное общество «Домостроительный комбинат» (398007 г. Липецк, ул. Ковалева, д. 125Б, каб. 1 ИНН 4823018811 ОГРН 1024840833588).

По своему содержанию следующая рекламная информация: «*оaoDSK.ru Нам 45 лет!* СОВРЕМЕННАЯ СЕРИЯ ДОСТУПНОГО ЖИЛЬЯ! Скидки, которые бывают раз в полвека! ЮБИЛЕЙНАЯ РАСПРОДАЖА КВАРТИР, КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ И ПАРКОВОЧНЫХ МЕСТ <...> ДОСТУПНО. СОВРЕМЕННО. КАЧЕСТВЕННО.» однозначно призвана продвинуть на рынке товары рекламодателя, привлечь потребителя к тому, чтобы квартиры были приобретены именно у АО «ДСК».

Учитывая, что реклама согласно [статье 3](#) Федерального закона «О рекламе» имеет побудительный характер, то есть стимулирует интерес потребителей к объекту рекламирования в целях продвижения товаров и услуг на рынок, сообщение в рекламе недостоверных сведений об изготовителе или продавце товара, средствах их индивидуализации ставит рекламодателя в более выгодное

положение и дает необоснованные преимущества перед другими субъектами рекламной деятельности, действующими на том же товарном рынке и соблюдающими требования к достоверности рекламной информации.

Использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно самого рекламодателя может создать у потребителя неверное представление о его статусе, существе оказываемых им услуг и качестве товаров. Создавая образ надежного партнера нечестными методами, рекламодатель стремится повысить доверие потребителей к себе и получить тем самым конкурентное преимущество.

В соответствии с указанными выше фактами, реклама следующего содержания: «*oaoDSK.ru Нам 45 лет! СОВРЕМЕННАЯ СЕРИЯ ДОСТУПНОГО ЖИЛЬЯ! Скидки, которые бывают раз в полвека! ЮБИЛЕЙНАЯ РАСПРОДАЖА КВАРТИР, КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ И ПАРКОВОЧНЫХ МЕСТ <...> ДОСТУПНО. СОВРЕМЕННО. КАЧЕСТВЕННО.*», распространяемая в рекламно-информационной газете «Моя реклама» от 27 июня 2016 № 37 (1722), рекламодателем которой является АО «ДСК», содержит признаки нарушения пункта 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», т. к. содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Определением о возбуждении дела № 16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 24 августа 2016 года рассмотрение дела было назначено на 06 сентября 2016 года.

06.09.2016 г. в адрес Липецкого УФАС России были представлены документы, запрашиваемые Определением от 24.08.2016 г. В соответствии с указанными документами АО «ДСК» является правопреемником Домостроительного комбината, организованного в 1971 г.

На рассмотрении дела 06.09.2016, представитель АО «ДСК» Здерева Ю.С. пояснила, что в процессе изменения российского законодательства менялась организационно-правовая форма общества. Однако все ранее образованные общества (ОАО «Липецкий ДСК», ОАО «Домостроительный комбинат», АО «ДСК») являются правопреемниками предыдущих. Данный факт подтверждается Уставом акционерного общества открытого типа «Липецкий домостроительный комбинат» от 18.12.1992 г., Уставом открытого акционерного общества «Домостроительный комбинат» от 26.07.2001 г., Уставом акционерного общества «Домостроительный комбинат» (новая редакция) от 06.06.2016 г.

Таким образом, в ходе рассмотрения дела № 16 наличие фактов нарушения части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» АО «ДСК» не подтвердилось.

Руководствуясь пунктом 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

О П Р Е Д Е Л И Л А:

Производство по делу № 16 прекратить, в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения пункта 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».