

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

О РЕКЛАМЕ

«28» марта 2016г.

г. Кемерово

Заместитель председателя Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе Ланцман Людмила Игоревна, заместитель руководителя управления, рассмотрев материалы о размещении обществом с ограниченной ответственностью «Академия ЖКХ» (ИНН 4218106718, ОГРН 1104218000512, КПП 425301001, дата регистрации: 02.04.2010г., юридический адрес: 654041, г. Новокузнецк, ул. Батюшкова, 32, далее по тексту – ООО «Академия ЖКХ»), рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

28.01.2016г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило обращение <...> о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе» при размещении ООО «Академия ЖКХ» рекламы в газете «Седьмой день» № 01 (404) от 21.01.2016г.) следующего содержания:

«КОГДА УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ – ВАША. Какой должна быть УК? Разумеется, профессиональной – это раз. С хорошим опытом работы – без этого никуда. Естественно, открытой и – как сегодня говорят – прозрачной. Ну и, наконец, если у управляющей компании не налажен нормальный диалог с жителями – идеальной ее точно не назовешь! На сегодняшний день у нас в Новокузнецке работает более 250 УК. И это очень даже неплохо – у новокузнецчан, как минимум, есть выбор, какой из них доверять свои дома. Другой вопрос: много ли среди этих обслуживающих организаций таких, какие можно без слишком больших натяжек назвать идеальными? То-то и оно! В конце прошлого года в городе появилась еще одна управляющая компания – «Академия ЖКХ»... Но давайте сначала послушаем людей – тех самых представителей советов домов, которых в народе по привычке называют «старшими»... Любовь Григорьевна, председатель совета дома на ул. Мичурина, 8: в начале декабря мы заключили договор с управляющей компанией «Академия ЖКХ». А до этого у нас была другая УК – нам вообще пришлось много управляющих компаний поменять, чтобы, наконец-то, найти такую, которая не только обещает, но и работает, как сказано. Большинство жильцов, которые были на общем собрании, проголосовали за переход нашего дома в «Академию ЖКХ», а остальных я потом сама обходила, и они тоже это решение поддержали... Евгений Ильич, председатель совета дома на ул. Мичурина, 10: перешли в

«Академию ЖКХ» в конце прошлого года, а до этого работали с другой управляющей компанией, где нам сначала золотые горы обещали, а потом, как оказалось, до ее руководства просто не достучишься... Да, похоже, что найти добросовестную управляющую компания – не такая уж это и фантастика. Просто нужно, чтобы обслуживающая организация слышала вас, понимала и действовала на ваше благо! Адрес: ул. Батюшкова, 32, Телефон УК «Академия ЖКХ» : <...>».

Из информации, представленной ООО «БизнесМедиаГрупп» (исх. № 5 от 16.02.2016г.) следует, что вышеуказанная реклама была размещена в газете «Седьмой день» 21.01.2016г. ООО «Академия ЖКХ» на основании договора № 28-12-15 от 25.12.2015г.

Пунктом 1 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В нарушение данной правовой нормы в вышеуказанной рекламе содержится некорректное сравнение рекламируемого товара и услуг ООО «Академия ЖКХ» («в начале декабря мы заключили договор с управляющей компанией «Академия ЖКХ». А до этого у нас была другая УК – нам вообще пришлось много управляющих компаний поменять, чтобы, наконец-то, найти такую, которая не только обещает, но и работает, как сказано», «перешли в «Академию ЖКХ» в конце прошлого года, а до этого работали с другой управляющей компанией, где нам сначала золотые горы обещали, а потом, как оказалось, до ее руководства просто не достучишься... Да, похоже, что найти добросовестную управляющую компания – не такая уж это и фантастика»), что подразумевает предоставление услуг другими управляющими компаниями более низкого качества.

Пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В тексте вышеуказанной рекламы содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами других продавцов - «в начале декабря мы заключили договор с управляющей компанией «Академия ЖКХ». А до этого у нас была другая УК – нам вообще пришлось много управляющих компаний поменять, чтобы, наконец-то, найти такую, которая не только обещает, но и работает, как сказано», «перешли в «Академию ЖКХ» в конце прошлого года, а до этого работали с другой управляющей компанией, где нам сначала золотые горы обещали, а потом, как оказалось, до ее руководства просто не достучишься... Да, похоже, что найти добросовестную управляющую компания – не такая уж это и фантастика».

Поскольку пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не указывает на то, что сравнение, показывающее преимущество объекта рекламирования, должно быть выражено в отношении другого определенного товара, то ее положения применяются к случаям, когда в рекламе используется сравнение со всеми иными аналоговыми товарами или услугами без упоминания конкретного наименования производителя или продавца.

Таким образом, заявление о преимуществах, в том числе использование в вышеуказанной статье следующих предложений: «в начале декабря мы заключили договор с управляющей компанией «Академия ЖКХ». А до этого у нас была другая УК – нам вообще пришлось много управляющих компаний поменять, чтобы, наконец-то, найти такую, которая не только обещает, но и работает, как сказано», «перешли в «Академию ЖКХ» в конце прошлого года, а до этого работали с другой управляющей компанией, где нам сначала золотые горы обещали, а потом, как оказалось, до ее руководства просто не достучишься... Да, похоже, что найти добросовестную управляющую компания – не такая уж это и фантастика» должно иметь документальное и фактическое обоснование. Под преимуществом понимается превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного товара или услуги иных производителей. Наличие таких качеств, как правило, обеспечивает предпочтение потребителей. В данной рекламе такие обоснования отсутствуют (отсутствует ссылка на результат соответствующих исследований и источник данных), что вступает в противоречие с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5, пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», несёт рекламодатель.

В данном случае рекламодателем является ООО «Академия ЖКХ».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 42/Р-2016 в отношении ООО «Академия ЖКХ» (ИНН 4218106718, ОГРН 1104218000512, КПП 425301001, дата регистрации: 02.04.2010г., юридический адрес: 654041, г. Новокузнецк, ул. Батюшкова, 32) по признакам нарушения требований пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Назначить дело № 42/Р-2016 к рассмотрению **на 26 апреля 2016 года на 10 часов 00 минут** по адресу: 650000, г. Кемерово, ул. Ноградская, д.5, каб. 309 (регистрация участников дела состоится **в 09 часов 50 минут в каб. 316**).

3. ООО «Академия ЖКХ» необходимо представить в адрес Кемеровского УФАС России **в срок до 25 апреля 2016 года** копии следующих документов, заверенных надлежащим образом:

- свидетельство о государственной регистрации юридического лица;
- договор (иной документ), на изготовление и размещение вышеуказанной рекламы в газете «Седьмой день» (с приложением согласованного сторонами макета рекламы);
- платежные документы (счета - фактуры, платежные поручения и иные документы), подтверждающие факт оплаты на изготовление и размещение вышеуказанной рекламы и указанием периода размещения;

В случае изготовления макетов сторонней организацией представить договор на данный вид услуги с этой организацией;

- платежные документы (счета - фактуры, платежные поручения и иные документы), подтверждающие факт оплаты за изготовление и размещение вышеуказанной рекламы;

Дополнительно ООО «Академия ЖКХ» необходимо представить письменные пояснения по поводу распространения вышеуказанной рекламы, содержащей признаки нарушения требований пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Явка представителя ООО «Академия ЖКХ» с доверенностью, оформленной надлежащим образом, для участия в рассмотрении дела, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, **обязательна.**

Заместитель председателя Комиссии

Л.И. Ланцман