

РЕШЕНИЕ

17 марта 2015 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...>, заместитель руководителя

Управления - начальник отдела контроля за

рекламой и недобросовестной конкуренцией,

Члены Комиссии: <...>, главный специалист-эксперт

отдела контроля за рекламой и

недобросовестной конкуренцией;

<...>, специалист-эксперт

отдела контроля за рекламой и

недобросовестной конкуренцией;

<...>, специалист-эксперт

отдела контроля закупок для государственных

и муниципальных нужд

<...>, специалист 1-го разряда

отдела контроля за рекламой и

недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 8-2015, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения рекламы: «Пластиковые окна Алькор – лучшие!»,

в отсутствие заявителя, надлежащим образом извещенного о месте и времени рассмотрения дела и не заявившего ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие,

представителя общества с ограниченной ответственностью «Теплоокно» (далее – ООО «Теплоокно») <...> по доверенности от 30.12.2014 б/н,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области поступило заявление физического лица о том, что на главной странице сайта <http://alkor74.ru> размещена информация: «Пластиковые окна Алькор – лучшие!», в которой нарушены требования Федерального закона «О рекламе».

Также специалистами Челябинского УФАС России установлено, что в поисковой системе «Яндекс» размещена ссылка на сайт <http://alkor74.ru>, в которой содержатся эти же сведения: «Пластиковые окна Алькор – лучшие!».

ООО «Яндекс» (далее – «Яндекс») по запросу Челябинского УФАС России представило пояснения, суть которых сводится к тому, что в процессе управления сайтом содержание заголовка страницы сайта может определять исключительно администратор сайта <http://alkor74.ru>.

По сведениям, размещенным на официальном сайте АНО «Координационный центр национального домена сети Интернет» www.cctld.ru, регистратором доменного имени alkor74.ru является ООО «Регистратор доменов».

ООО «Регистратор доменов» по запросу Челябинского УФАС России представило сведения о том, что администратором доменного имени alkor74.ru является ООО «Челябинская фабрика светопрозрачных конструкций «Алькор».

По данным из ЕГРЮЛ ООО «Челябинская фабрика светопрозрачных конструкций «Алькор» изменило наименование на ООО «Теплоокно».

ООО «Теплоокно» представило объяснения, из которых следует, что ООО «Теплоокно» принимает участие в ежемесячных мониторингах, проводимых в сети Интернет среди оконных компаний, в том числе на Интернет-сайте www.oknamedia.ru, посвященному пластиковым окнам. Указало, что сотрудники Интернет-сайта www.oknamedia.ru ежемесячно под видом «тайного покупателя» опрашивают более 100 оконных компаний и оценивают качество обслуживания клиентов по телефону и качество работы компаний в целом по 100-балльной шкале. Пояснило, что ООО «Теплоокно» по рейтингу оконных компаний на Интернет-сайте www.oknamedia.ru, входит в двадцатку лучших, поэтому и разместило рекламу «Пластиковые окна Алькор – лучшие». Указало, что устранило нарушение рекламного законодательства путем замены сведений «Пластиковые окна Алькор – лучшие!» на «Пластиковые окна Алькор – стремимся стать лучше!».

Рассмотрев заявление и материалы дела, заслушав ООО «Теплоокно» Комиссия приходит к следующим выводам.

Реклама ООО «Теплоокно», размещенная в декабре 2014 года в общедоступной поисковой системе «Яндекс», в которой присутствуют сведения: «Пластиковые окна Алькор – лучшие!» представляет собой ссылку для перехода на сайт <http://alkor74.ru>. На главной странице указанного сайта в левом верхнем углу присутствует наименование «Алькор». Под данным наименованием при наведении курсора и нажатии функции «выделение» появляются сведения: «Пластиковые окна Алькор – лучшие!».

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Информация, размещенная в общедоступной поисковой системе «Яндекс» в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является рекламой, поскольку, адресована неопределенному кругу лиц – посетителям Интернет-ресурса, направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей, а также продвижение товара на рынке.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» 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.

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверная реклама не допускается.

Использование в рекламе сравнительного термина «лучший» указывает на превосходство товаров ООО «Теплоокно», а именно окон «Алькор» перед аналогичными товарами иных компаний, осуществляющих продажу пластиковых окон.

В отсутствие критериев сравнения реклама создает впечатление, что пластиковые окна «Алькор» обладают заявленным преимуществом по всем критериям, что не соответствует действительности.

Использование сведений о преимуществах оказываемых услуг не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально.

Поскольку ООО «Теплоокно» не доказало соответствие действительности указанных в рекламе сведений о том, что «Пластиковые окна Алькор – лучшие!», данные сведения расцениваются как не соответствующие действительности, а реклама - недостоверной, как противоречащая пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Комиссия считает, что в рекламе ООО «Теплоокно» с использованием

сравнительного слова «лучший» не указан критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Комиссия также отмечает, что рейтинг оконных компаний на Интернет-сайте www.oknamedia.ru, на который ссылается ООО «Теплоокно», не может являться доказательством того, что пластиковые окна «Алькор» лучшие, поскольку мониторинг проводится не среди всех компаний, а только среди тех, кто выразил желание принять участие в опросе и обратился на электронную почту info@oknamar.ru. Кроме того, в данном рейтинге ООО «Теплоокно» занимает не первое место, следовательно, лучшим среди всех не является. Более того, рейтинг составляется по критерию «качество телефонного обслуживания», а в рекламе ООО «Теплоокно» информация об этом отсутствует.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Рекламодателем указанной рекламы следует признать ООО «Теплоокно», как администратора сайта <http://alkor74.ru>, который определил содержание информации, распространяемой посредством поисковой системы «Яндекс».

Согласно пункту 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при добровольном устранении лицом совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

В связи с тем, что ООО «Теплоокно» прекратило размещение ненадлежащей рекламы и изменило содержание рекламы на Интернет-сайте <http://alkor74.ru>, а следовательно, и в поисковой системе «Яндекс», что подтверждается скриншотами страниц поисковой системы «Яндекс» и Интернет-сайта <http://alkor74.ru>, необходимость в выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства РФ отсутствует.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ООО «Теплоокно», размещавшуюся в декабре 2014 года в поисковой системе «Яндекс» в виде ссылки для перехода на сайт <http://alkor74.ru>, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения «Пластиковые окна Алькор – лучшие!» ненадлежащей, поскольку в ней нарушены

требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ООО «Теплоокно» и его должностного лица.

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

Решение изготовлено в полном объеме 30 марта 2015 года.