

Резолютивная часть решения объявлена 20 августа 2009 г.  
Решение изготовлено в полном объеме 25 августа 2009 г.

Комиссия Марийского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Зубарев В.В.;

член Комиссии – начальник отдела финансовых рынков и рекламы Куканова О.А.;

член Комиссии – специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы Жарикова Е.Б.,

рассмотрев дело № 03-25/40 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе» при размещении на 17 странице газеты «Московский комсомолец. МК в Марий Эл» № 30 (571) от 23–30 июля 2008 года рекламы следующего содержания: «Народные окна № 1 в России пластиковые окна и двери алюминиевые конструкции – монтаж – доставка – изготовление 7 дней гарантия 7 лет подарок средство по уходу за окнами\* \*- при заказе более трех изделий Йошкар-Ола, Рябинина, 18 – а (8362) 72-39-57»,

в отсутствие представителей надлежащим образом уведомленного ООО «Народные окна» и ООО «Издательский дом «Максим»,

#### **УСТАНОВИЛА:**

В ходе проведения плановой проверки деятельности ООО «Издательский Дом «Максим» на предмет соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе в период с июня 2008 года по июнь 2009 года, была выявлена реклама, содержащая признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

На 17 странице газеты «Московский комсомолец. МК в Марий Эл» № 30 (571) от 23–30 июля 2008 года (далее – Газета) размещена реклама следующего содержания: «Народные окна № 1 в России пластиковые окна и двери алюминиевые конструкции – монтаж – доставка – изготовление 7 дней гарантия 7 лет подарок средство по уходу за окнами\* \*- при заказе более трех изделий Йошкар-Ола, Рябинина, 18 – а (8362) 72-39-57» (далее – реклама ООО «Народные окна»).

Согласно представленному главным редактором ООО «Издательский Дом «Максим» Петровой А.В. объяснению № 75 от 19 августа 2009 года, текст и логотип рекламного объявления ООО «Народные окна» был передан менеджеру по рекламе ООО «Издательский Дом «Максим» Александру Киселеву генеральным директором ООО «Народные окна» Габдуллиным Ильгизом Камизовичем. Слова «№ 1 в России» являются частью логотипа, разработанного ООО «Народные окна», и в текст рекламного сообщения не входят. Рекламный модуль был согласован с генеральным директором ООО «Народные окна». Согласно заключенному договору, рекламный модуль ООО «Народные окна» размещался два раза: в № 28 (569) от 9-16 июля 2008 года и № 30 (571) от 23-30 июля 2008 года. Позже публикаций рекламы ООО «Народные окна» не было.

**Рассмотрев материалы дела, изучив содержание рекламы, представленные документы и объяснения, Комиссия Марийского УФАС России установила следующее.**

Согласно статье 3 Закона о рекламе, 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.

Согласно пункта 2 статьи 3 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, информация ООО «Народные окна», размещенная в Газете является рекламой.

В соответствии с частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, распространении и размещении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 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.

Словосочетание «№ 1 в России» указывает на преимущества рекламируемого товара (услуги) перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

При таких обстоятельствах утверждение «№ 1 в России» должно быть обосновано и соответствовать действительности, а рекламная информация должна содержать ссылку на наличие такого обоснования (исследования).

В письменном объяснении № 75 от 19 августа 2009 года главный редактор ООО «Издательский Дом «Максим» Петрова А.В. утверждает, что слова «№ 1 в России» являются частью логотипа, разработанного ООО «Народные окна», и в текст рекламного сообщения не входят.

Указанные доводы антимонопольным органом не принимаются во внимание в связи со следующим.

Согласно толкованию «Современного экономического словаря», под редакцией Райзберг Б.А, Лозовского Л.Ш., Стародубцевой Е.Б. логотип – это оригинальное начертание, изображение полного или сокращенного наименования фирмы или товаров фирмы. Специально разрабатывается фирмой с целью привлечения внимания к ней и к ее товарам.

На момент рассмотрения дела какие-либо доказательства, свидетельствующие о том, что предложенная в рекламном объявлении продукция («пластиковые окна и двери, алюминиевые конструкции»), услуги («монтаж», «доставка»), либо само ООО «Народные окна» являются «№ 1 в России», представлены не были. Ссылка на наличие обоснования (исследования) подтверждающего утверждение «№ 1 в России» в рекламе отсутствует.

Учитывая вышеизложенное, антимонопольный орган установил, что реклама ООО «Народные окна», размещенная в Газете, нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама – это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, реклама ООО «Народные окна» является ненадлежащей.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламодаделец – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Комиссией Марийского УФАС России установлено, что ООО «Народные окна» является источником рекламной информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы.

Таким образом, являясь лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламы, ООО «Народные окна» является рекламодателем.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

Согласно акту выполненных работ № 000560 от 22 июля 2008 года реклама ООО Народные окна» была размещена только в двух номерах Газеты: № 28 (569) от 9-16 июля 2008 года и № 30 (571) от 23-30 июля 2008 года. В настоящее время указанная реклама не распространяется, о чем свидетельствует газета «Московский комсомолец. МК в Марий Эл» № 35 (625) от 26.08. - 2.09.2009 года.

Таким образом, в соответствии с пунктом 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, необходимость в выдаче предписания отсутствует.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Народные окна», размещенную в газете «Московский комсомолец. МК в Марий Эл» № 30 (571) от 23–30 июля 2008 года следующего содержания: «Народные окна № 1 в России пластиковые окна и двери алюминиевые конструкции – монтаж – доставка – изготовление 7 дней гарантия 7 лет подарок средство по уходу за окнами\* \*- при заказе более трех изделий Йошкар-Ола, Рябикина, 18 – а (8362) 72-39-57», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, в

связи с добровольным устранением нарушения.

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

Председатель Комиссии

В.В.Зубарев

Члены Комиссии

О.А.Куканова

Е.Б. Жарикова