

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

610019, г.Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от " 17 " февраля 2009 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии – <.....> – руководителя управления и членов Комиссии – <.....> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,

В присутствии:

<.....> - представителя ООО «Евроокна» и ООО «ЕвроОКНА» по доверенностям ,

<.....>. – юриста МУ «Городская реклама»,

протокол вела <.....>. – вед. специалист - эксперт отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 3 по признакам нарушения ООО «Евроокна») и ООО «ЕвроОКНА» () п. 20 ч. 3, ч. 7 ст. 5 и ч. 1 ст. 28

Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении контроля за соблюдением рекламного законодательства 20.01.2009 года сотрудниками Кировского УФАС России было установлено, что на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Киров, ул. К.Маркса, 4 (ТЦ «Сити-Центр») на настенном панно размещена рекламная информация следующего содержания: «ЕвроОКНА. Скидки, **кредит**. Окна, лоджии, ворота. 48-4<...>, Сити-Центр, оф.513». Информация сопровождается изображением окна и бабочки.

Согласно представленной в рекламном модуле информации, кроме основного вида деятельности – продажи и установки окон, лоджий и ворот, данный хозяйствующий субъект дополнительно рекламирует финансовую услугу – предоставление кредита.

В соответствии с действующим рекламным законодательством не допускается реклама, в которой потребителям предоставляется недостоверная информация о лице, оказывающем рекламируемые услуги (п. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе»), а также не сообщается о наименовании лица, оказывающего финансовую услугу (ч. 1 ст. 28 Закона); не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре (работе, услуге), об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы (ч. 7 ст. 5 Закона «О рекламе»).

Согласно договору субаренды нежилого помещения № 53 от 01.12.2008 года, офис № 513, указанный в наружной рекламе, на момент фиксации факта нарушения был предоставлен во временное владение и пользование ООО «Евроокна» (ИНН <...>). Именно в отношении этого Общества было возбуждено производство по делу.

Однако, как установлено в ходе подготовки к рассмотрению дела, ранее офис № 513 был предоставлен во временное владение и пользование другому юридическому лицу – ООО «ЕвроОКНА» (ИНН <...>) на основании договора № 53 от 01.11.2007 года.

Директором обоих Обществ является <.....>, по словам которого, наружная реклама была размещена в 2006 году и принадлежит ООО «ЕвроОКНА».

Рассмотрение дела откладывалось, так как 12.02.2009 года на заседание Комиссии представитель ООО «Евроокна» не явился и запрошенные документы не представил. Кроме того, Комиссией к участию в деле было привлечено в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе, ООО «ЕвроОКНА».

На заседании Комиссии по данному делу <.....> заявил, <.....>.

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что ООО «ЕвроОКНА» нарушены п. 20 ч. 3, ч. 7 ст. 5 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В отношении ООО «Евроокна» производство по делу следует прекратить в виду не подтверждения в его действиях факта нарушения законодательства РФ о рекламе.

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», **рекламой** является **информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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 – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.**

Информация, размещенная ООО «ЕвроОКНА» на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...> (ТЦ «Сити-Центр»), полностью соответствует понятию ст. 3 и является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

ООО «ЕвроОКНА», согласно Уставу, осуществляет предпринимательскую деятельность, в том числе продажу и установку пластиковых окон, лоджий, ворот. Приобретение окон и другой продукции Общества, в соответствии с информацией в рекламе, возможно как за наличный расчет с предоставлением скидок, так и в кредит. Однако, ООО «ЕвроОКНА», само непосредственно не осуществляющее кредитование потребителей, не указывает наименование лиц, предоставляющих эти услуги, что является нарушением ч. 1 ст. 28 Закона.

Помимо этого, отсутствие информации о лицах, реально предоставляющих услуги кредитования, является нарушением п. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», так как потребителям предоставляется недостоверная информация о лице, оказывающем рекламируемые услуги.

Кроме того, как следует из объяснения представителя Общества, приобретение товара в кредит не было возможным, так как на протяжении всего периода размещения рекламы, не заключался ни один договор с банком – они только планировались. Данная информация, как и то, какой хозяйствующий субъект реально предоставляет кредит, является

существенной для потребителей. Частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, где отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре (работе, услуге), об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 20 ч. 3, ч. 7 ст. 5 несет рекламоатель, а за нарушение ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» как рекламоатель, так и рекламораспространитель.

Как было установлено в ходе рассмотрения дела, ООО «Евроокна» к наружной рекламе, размещенной на «Сити Центре», не имеет никакого отношения, так как Общество было создано гораздо позже установки рекламы. С момента государственной регистрации 14.05.2007 года (свидетельство о государственной регистрации юридического лица серия <...> <...>), оно называлось ООО «СуперОКНА», а 06.10.2008 года переименовано в ООО «Евроокна» (свидетельство о внесении записи в единый государственный реестр юридических лиц серия <...>). Поэтому Комиссия считает, что в отношении ООО «Евроокна» производство по делу следует прекратить в виду не подтверждения в его действиях наличия факта нарушения законодательства РФ о рекламе.

На момент рассмотрения дела наружная реклама не приведена в соответствие с требованиями рекламного законодательства, документов, подтверждающих ликвидацию Общества или его банкротство, не представлено, поэтому Комиссия решила выдать ООО «ЕвроОКНА» предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе.

Однако, в соответствии со ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламоателем, рекламораспространителем или рекламопроизводителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц – от сорока тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Должностным лицом и единственным учредителем ООО «ЕвроОКНА» является директор <.....>, который в соответствии с Уставом руководит текущей деятельностью Общества, поэтому именно он должен был предотвратить нарушение законодательства о рекламе.

Комиссия считает необходимым привлечь Директора ООО «ЕвроОКНА» <.....> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, п. 20 ч. 3, ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ««ЕвроОКНА. Скидки, **кредит**. Окна, лоджии, ворота. 48-46-26, Сити-Центр, оф.513»», размещенную ООО «ЕвроОКНА» на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Киров, ул. К.Маркса д. 4, так как она противоречит требованиям п. 20 ч. 3, ч. 7 ст. 5 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ООО «ЕвроОКНА», нарушившим п. 20 ч. 3, ч. 7 ст. 5 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ООО «ЕвроОКНА» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

4. Передать материалы дела ведущему специалисту - эксперту Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении директора ООО «ЕвроОКНА» <.....>.

5. В отношении ООО «Евроокна» производство по делу прекратить в виду не подтверждения в его действиях наличия факта нарушения законодательства РФ о рекламе.

6. Направить МУ «Городская реклама» информацию о наружной рекламе, самовольно размещенной ООО «ЕвроОКНА», на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. К.Маркса, 4 для принятия мер, в соответствии с имеющимися полномочиями.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 26.02.2009 года.

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии

<.....>

<.....>