РЕШЕНИЕ

по делу № 19-Р-2018

19 июля 2018 г. г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 06.07.2018

Решение в полном объеме изготовлено 19.07.2018

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

председатель Комиссии:

«…»

члены Комиссии:

«…»

рассмотрев дело № 19-Р-2018 по признакам нарушения требований, определенных п.п. 4, 20 ч.3 ст.5, п.2 ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), возбужденное в отношении ООО "Оникс" (ИНН 2130196781);

по признакам нарушения требований, определенных п.2 ст. 9 Закона о рекламе, возбужденное в отношении ИП Кононова С.Ю.(ИНН 434600128176),

в присутствии:

лиц, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе - директора ООО "Оникс" «…», представителя ИП Кононова С.Ю. – «…» (по доверенности от 14.06.2018 № 1)

в отсутствие Заявителя, извещенного о дате и времени рассмотрения дела надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

07.05.2018 (вх. № 04-21/2821) в Чувашское УФАС России поступило заявление гражданина «…» (далее – Заявитель) с претензией к рекламной информации, размещаемой в выпуске СМИ- газете "PRO ГОРОД Чебоксары".

Заявление обусловлено следующими обстоятельствами.

В опубликованной в выпуске газеты "PRO ГОРОД Чебоксары" от 05.05.2018 № 18 статье "Установите пластиковые окна по себестоимости" содержится информация, вводящая ее потребителей в заблуждение, поскольку в статье указана информация о возможности установки пластиковых окон по себестоимости. Таким образом, в рамках рассмотрения заявления, в целях рассмотрения заявления по существу, в адрес газеты «PRO город Чебоксары» осуществлен запрос о представлении документов и материалов, относящихся к вышеуказанной информации.

В результате представленной информации, установлено.

Размещение рассматриваемой статьи "Установите пластиковые окна по себестоимости" в выпуске газеты "PRO ГОРОД" от 05.05.2018 № 18 состоялось в соответствии с договором от 12.04.2018, заключенным между ИП Кононовым С.Ю. (ИНН 434600128176) , представляющего газету "PRO ГОРОД Чебоксары", и ООО "Оникс" (428000, г.Чебоксары, Кабельный проезд, д.4, ИНН/ОГРН 2130196781/118213000084).

Кроме того, из представленной информации газеты "PRO ГОРОД Чебоксары" установлено размещение иных статей, содержащих рекламу пластиковых окон, заказчиком которых явилось ООО "Оникс", вышедших за следующие периоды времени: от 14.04.2018 №15 (396), от 21.04.2018 № 16 (397), от 28.04.2018 № 17 (398), от 05.04.2018 № 18 (399), от 12.05.2018 № 19 (400), от 19.05.2018 № 20(400), от 26.05.2018 № 21(400).

Исследовав представленные материалы и пояснения СМИ, установлено, что объектом рекламирования в вышеуказанных источниках являются услуги по установке пластиковых окон ООО "Оникс", в том числе, содержащие информацию о проведении розыгрыша среди клиентов, заказавших данные окна.

Таким образом, из текста рассматриваемых рекламных информаций (выпуски газет от 14.04.2018 №15 (396),

от 21.04.2018 № 16 (397), от 28.04.2018 № 17 (398), от 05.04.2018 № 18 (399), от 12.05.2018 № 19 (400)) и названия рекламной статьи "Установите пластиковые окна **по себестоимости**" усматривается, в том числе, следующее.

Компания, именуемая себя **обществом с ограниченной ответственностью** "**Экоокна**", рекламирует, в том числе, следующее:

"**Установите пластиковые окна по себестоимости**"

"**У нас собственное производство, поэтому продаем изделия почти по себестоимости**", "**Предложение выгодно вдвойне, так как здесь в компании есть собственное производство! Это означает, что любое пластиковое окно вы приобретаете практически по себестоимости**", "**... Не переплачивайте дилерам, а закажите окна напрямую у производителя без наценок**".

При этом, в выпусках газет от 26.05.2018 № 21(400), от 19.05.2018 № 20(400), от 12.05.2018 № 19(400) установлена реклама, содержащая, в том числе, следующую информацию.

"**Розыгрыш* Среди клиентов, заказавших окно с 12 мая по 15 июня 2018 года, случайным образом будет выбран счастливчик, которому мы вернем 5000 рублей!**"

***Подробные условия акции вы можете узнать по телефону 8(8352) 48 38 87**";

" **Розыгрыш* Среди клиентов, заказавших окно с 12 мая по 15 июня 2018 года, случайным образом будет выбран счастливчик, которому мы вернем стоимость изделия**"

***При заказе от 2 окон возвращается стоимость только 1 окна.**

Подробные условия акции вы можете узнать по телефону 8(8352) 48 38 87";

" **Розыгрыш* Среди клиентов, заказавших окно с 12 мая по 15 июня 2018 года, случайным образом будет выбран счастливчик, которому мы вернем стоимость изделия**"

***При заказе не более 1 окна.**

Подробные условия акции вы можете узнать по телефону 8(8352) 48 38 87".

Из представленного в рамках дела пояснения ИП Кононова С.Ю. (вх.от 25.05.2018 № 04-10/3489) установлено.

Размещение спорной рекламы в вышеуказанных выпусках газеты "PRO ГОРОД Чебоксары" осуществлялось в соответствии с договором от 12.04.2018 № 69, заключенным между ИП Кононовым С.Ю. и ООО "Оникс"(428000, г.Чебоксары, Кабельный проезд, д.4, ИНН/ОГРН 2130196781/118213000084).

При этом ИП Кононовым С.Ю. в отношении текста рекламной информации в части проведения розыгрыша, была изложена следующая позиция.

Сроки проведения стимулирующего мероприятия выделяются отдельно от иных сроков (в том числе получения призов). В отношении иных сроков Закон о рекламе допускает не их указание, а указание источника информации о таких сроках. Полученная от рекламодателя информация, позволила считать указанные сроки с 12 мая по 15 июня 2018 года, как сроки проведения такого мероприятия. Более того, на момент публикации рекламных блоков с оспариваемым текстом, допустимо было считать, что выбор победителя стимулирующего мероприятия может быть осуществлен в рамках указанного срока с 12 мая по 15 июня 2018 года.

Соответственно, указанные сроки с 12 мая по 15 июня 2018 года редакция газеты «Про Город Чебоксары» (ИП Кононовым С.Ю.) считает именно сроками проведения всего мероприятия.

Кроме того, ИП Кононов С.Ю. считает, что спорная реклама проведения розыгрыша не содержит нарушения требований Закона о рекламе, в том числе, по следующим основаниям. Закона о рекламе устанавливает требование указания источника информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения. При этом, Закон о рекламе не устанавливает директивной нормы указывать характер или перечень информации, которую может получить потребителя рекламы при обращении к источнику информации. В связи с тем, изготовленный рекламный материал ООО "Оникс" содержал источник информации об организаторе проведения розыгрыша, указанного в виде номера телефона, размещение рекламного материала состоялось в представленном обществом формате.

Из представленного в рамках дела пояснения ООО "Оникс" (вх. от 06.07.2018 № 04-10/4073) установлено.

Содержание рекламы и название статьи «Установите пластиковые окна по себестоимости» предполагает, что продавец устанавливает цену на реализуемый товар ниже уровня своих конкурентов, с целью одновременного удовлетворения запросов потребителей и обеспечения достойного уровня прибыли предприятию. Ценовая политика организации постоянно корректируется в зависимости от изменения ситуации на рынке. Это не просто метод получения прибыли, но также и достаточно сильный аргумент в процессе конкурентной борьбы.

ООО «Оникс» предлагает покупателям выгодные условия по поставке окон, поскольку цена на окна является достаточно низкой, поэтому сведения, содержащиеся в рекламе, можно считать достоверными.

При этом, ООО «Оникс» имеет производственные мощности – оборудование и установки, производственные помещения, располагающиеся по адресу: 428000, Чувашская Республика, г. Чебоксары, Кабельный пр-д, д. 4, литер Е, каб. 3. Кроме того, в штате общества имеются работники, непосредственно занимающиеся установкой пластиковых окон.

В подтверждение изложенной позиции, ООО «Оникс» указало, что согласно п. 2.2 Устава ООО «Оникс», общество вправе заниматься любыми иными видами деятельности, не запрещенными действующим законодательством РФ. Таким образом, общество может осуществлять любые виды предпринимательской деятельности, не запрещенные законом, в том числе, если в учредительных документах не содержится исчерпывающий (законченный) перечень видов деятельности, которыми общество вправе заниматься.

В силу требований п.2.2 Устава общества, общество вправе заниматься любыми иными видами деятельности, не запрещенными действующим законодательством РФ.

Таким образом, ООО «Оникс» полагает, что реклама, содержащая текст: «У нас собственное производство, поэтому продаем изделия почти по себестоимости», «Предложение выгодно вдвойне, так как здесь в компании есть собственное производство», «Не переплачивайте дилерам, а закажите окна напрямую от производителя!», не содержит не достоверную информацию.

В части рекламы проведения розыгрыша среди клиентов, ООО «Оникс» пояснило, что в тексте рекламы определен конкретный срок проведения мероприятия в период с 12.05.2018 по 15.05.2018, при этом, организатором данного мероприятия указано ООО «Оникс»".

Одновременно в заседание Комиссии ООО «Оникс» представлено "Положение о проведении стимулирующего мероприятия", утвержденное директором общества от 08.05.2018, в котором содержится информация о проведении рассматриваемого стимулирующего мероприятия.

Оценив и проанализировав представленные материалы и заявленные доводы сторон, Комиссия приходит к следующему.

С точки зрения пункта 1 статьи 3 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. Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования выступает 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. С учетом изложенного, все предусмотренные статьей 3 Закона о рекламе признаки рекламы содержатся в рассматриваемой спорной информации.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой.

Общие требования к рекламе установлены в статье 5 Закона о рекламе.

В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о рекламируемом и предлагаемом товаре (услуге).

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе являются услуга (выполнение работ) по установке пластиковых окон и проведение стимулирующего мероприятия - розыгрыша среди клиентов, которым, в случае заказа окна в определенный период времени, будет возвращена стоимость изделия.

При этом, изучение спорной рекламы привело к следующим выводам.

1. Из содержания спорной рекламы следуют заманчивые, привлекающие потенциальных покупателей, условия установки пластиковых окон, а именно: **ООО "ЭкоОкна" предлагает приобретение любого окна *по себестоимости*, *почти (практически) по себестоимости*, поскольку имеет в наличие *собственное производство*, информируя*: закажите окна напрямую у производителя без наценок".***

Согласно информации, представленной газетой "PRO ГОРОД Чебоксары", заказчиком рассматриваемой спорной рекламы выступает ООО "Оникс" (428000, г.Чебоксары, Кабельный проезд, д.4, ИНН/ОГРН 2130196781/118213000084).

На сайте налоговой службы (https://egrul.nalog.ru) по заданным критериям поиска юридических лиц (ИНН/ОГРН 2130196781/118213000084) установлена организация - ООО "Оникс" (428000, г.Чебоксары, Кабельный проезд, д.4, ИНН/ОГРН 2130196781/118213000084).

Согласно выписке ЕГРЮЛ ИФНС России, ООО "Оникс" (дата регистрации 10.01.2018) основным видом своей деятельности имеет деятельность в области торговли прочими строительными материалами и изделиями (код и наименование вида деятельности 46.73.6). При этом, в сведениях о дополнительных видах деятельности, согласно выписке ЕГРЮЛ ИФНС России, деятельность ООО "Оникс" в части производства, в том числе, рассматриваемых окон, не усматривается.

Кроме того, из представленного Устава деятельности ООО "Оникс", утвержденного 28.12.2017, установлено (пункт 2.1), что основными видами и предметом деятельности общества являются, в том числе, оптовая торговля материалами для остекления, розничная торговля материалами для остекления.

При этом, согласно вышеизложенному аргументу ООО "Оникс" полагает, что общество вправе заниматься любыми иными видами деятельности, в том числе, производством окон, не обозначенными Уставом. Таким образом, общество указало в рекламе наличие собственного производства, в том числе, информируя: ". . .закажите окна напрямую у производителя без наценок".

Указанные ООО "Оникс" доводы Комиссия не может принять во внимание, поскольку по изложенным в статье фактам наличия собственного производства, кроме как указанных в рамках дела пояснениях наличия оборудования и установок, производственных помещений, располагающихся по адресу регистрации общества г. Чебоксары, Кабельный пр-д, д. 4, литер Е, каб. 3, иного документального подтверждения со стороны общества не представлено. Таким образом, ООО "Оникс" не доказало, что на момент распространения рекламы являлось непосредственным производителем пластиковых окон.

Указанное в рекламе общество, позиционирующее себя в качестве компании, имеющей собственное производство пластиковых окон, в действительности не занимается изготовлением (производством) окон как таковым.

При этом, оценка рекламной информации, как правило, осуществляется с позиции рядового потребителя, не обладающего специальными знаниями, которые в данном случае ориентируются на содержание текста рекламной статьи.

Реклама, в целях привлечения внимания потенциальных потребителей, с указанием на недостоверную информацию, искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе указано наименование юридического лица "ЭкоОкна", **с указанием организационно-правовой формы - общество с ограниченной ответственностью.**

Из текста рекламы следует, что потребитель, позвонив по указанному в рекламе номеру телефона 8(8352) 48 38 87, либо обратившись по указанному в рекламе адресу г. Чебоксары, Кабельный проезд, 16, имеет возможность приобретения окон, которые реализовывает ООО "ЭкоОкна".

При этом, по сведениям ЕГРЮЛ ИФНС России, находящихся в открытом доступе на официальном сайте Федеральной налоговой службы (https://egrul.nalog.ru), по заданным критериям поиска юридических лиц ООО "ЭкоОкна" не установлено.

Таким образом, спорная реклама содержит недостоверную информацию о производителе и продавце товара и тем самым вводит потребителей рекламы в заблуждение.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о рекламируемом и предлагаемом товаре (услуге), продавце товара.

В соответствии с пунктом 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

Кроме того, присутствие в названии статьи слова "по себестоимости" и по тексту рекламной информации в части **приобретения любого окна почти (практически) по себестоимости,** не дает ее потребителям верного, соответствующего действительности представления о стоимости рекламируемых окон.

В данном случае, потребителю рекламы не представляется возможным, исходя из названия статьи и текста рекламы, самостоятельно получить и определить всю информацию о стоимости товара, в том числе конечной.

В связи с чем, происходит искажение смысла рекламы, поскольку из текста рекламы не определяется действительная стоимость рекламируемого товара, что вводит потребителей рекламы также в заблуждение.

Рассматриваемая спорная реклама, в связи с отсутствием необходимой информации непосредственно в рекламе и указанием не полной информации, искажает ее смысл, что свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Поскольку реклама, в том числе содержащая вышеуказанный текст, направлена на формирование у потребителя желания ею воспользоваться, то существенной является информация не только привлекательная для потребителя, но и способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Указанные ООО "Оникс" доводы в части того, что реализация окон происходит по себестоимости,

поскольку общество устанавливает цену ниже уровня цен своих конкурентов и, таким образом, цена является низкой, являются необоснованными, поэтому не могут быть принятыми Комиссией во внимание.

При этом, в рамках дела ООО "Оникс" не представлено материальных доказательств расчета стоимости окон и документов (прайс - литы), на основании которых осуществляется расчет установки окон.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Распространение недостоверной рекламы влечет за собой ответственность в соответствии с Законом о рекламе.

Согласно статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований **пункта 4 части 3 статьи 5, пункта 20 части 3 статьи 5** Закона о рекламе несет рекламодатель.

В смысле ч. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание лицо.

В данном случае, рекламодателем рассматриваемой рекламной информации является ООО "Оникс".

2. Рассматриваемая реклама содержит информацию о проведении розыгрыша, содержащую следующее.

В выпуске газеты от 26.05.2018 № 21(400):

"Розыгрыш* Среди клиентов, заказавших окно с 12 мая по 15 июня 2018 года, случайным образом будет выбран счастливчик, которому мы вернем 5000 рублей!"

*Подробные условия акции вы можете узнать по телефону 8(8352) 48 38 87";

В выпуске газеты от19.05.2018 № 20(400):

" Розыгрыш* Среди клиентов, заказавших окно с 12 мая по 15 июня 2018 года, случайным образом будет выбран счастливчик, которому мы вернем стоимость изделия"

*При заказе от 2 окон возвращается стоимость только 1 окна.

Подробные условия акции вы можете узнать по телефону 8(8352) 48 38 87";

В выпуске газеты от12.05.2018 № 19(400):

" Розыгрыш* Среди клиентов, заказавших окно с 12 мая по 15 июня 2018 года, случайным образом будет выбран счастливчик, которому мы вернем стоимость изделия"

*При заказе не более 1 окна.

Подробные условия акции вы можете узнать по телефону 8(8352) 48 38 87".

В данном случае, спорная реклама содержит информацию о проведении стимулирующего мероприятия - выполнение обязательного условия - приобретения определенного товара - пластикового окна.

Порядок проведения стимулирующего мероприятия установлен статьей 9 Закона о рекламе.

В силу статьи 9 Закона о рекламе, установлено, что в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия;

2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения. Комментируемая норма данной статьи регламентирует рекламу стимулирующих мероприятий, под которыми понимаются мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара и возможность получения выигрыша (приза, подарка).

К таким стимулирующим мероприятиям, в том числе, относятся организация и проведение игры, конкурса и розыгрыша.

Таким образом, реклама, содержащая вышеуказанное содержание, подпадает под требования статьи 9 Закона о рекламе.

При этом, в рекламе стимулирующих мероприятий следует указывать не только источник информации, но и сообщать о том, какого рода сведения может получить потребитель рекламы, обратившись к данному источнику информации, а именно – информацию об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Согласно п.7 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" в силу статьи 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны сроки проведения данного мероприятия, а также источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

В рассматриваемой рекламе, относительно сроков проведения стимулирующего мероприятия, содержится следующая информация: "Среди клиентов, заказавших окно с 12 мая по 15 июня 2018 года, случайным образом будет выбран счастливчик".

Таким образом, согласно вышеуказанному тексту, не установлен конкретный срок результата проведения стимулирующего мероприятия. Данное обстоятельство, относительно не указания вышеуказанных сведений, в том числе, конкретной даты реализации стимулирующего мероприятия, вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку потребитель не имеет полной, достоверной информации о проведении стимулирующего мероприятия на этапе получения ее из информации, опубликованной в рассматриваемой рекламе.

На основании изложенного, реклама, распространяемая в выпусках газеты "PRO ГОРОД Чебоксары" от 26.05.2018 № 21(400), от 19.05.2018 № 20(400), от 12.05.2018 № 19(400) содержатся нарушения пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований статьи 9 Закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель. В смысле Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Закона о рекламе).

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из представленных в рамках рассмотрения заявления материалов и документов установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО "Оникс". При этом, рекламораспространителем - ИП Кононов С.Ю.

В данном случае ИП Кононов С.Ю., как самостоятельное лицо газеты «PRO город Чебоксары», является ответственным лицом за подготовку информационного материала, поскольку осуществляет приведение информации в готовую в виде рекламы форму для распространения в СМИ, а также ответственным лицом за соблюдение законодательства.

Кроме того, согласно п.2.1.4 указанному по тексту договору, заключенному между ООО "Оникс" (Заказчик) и ИП Кононовым С.Ю.(Исполнитель), последний обязан своевременно устно предупреждать Заказчика о возможных нарушениях законодательства о рекламе в части содержания рекламной информации. В том случае, если Заказчик настаивает на размещение рекламы, не соответствующей действующему законодательству, то он несет всю ответственность за нарушение законодательства.

Таким образом, установленные по делу обстоятельства свидетельствуют о пренебрежительном отношении рекламодателя и рекламораспространителя к соблюдению вышеуказанных норм Закона о рекламе.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая, что выявленные обстоятельства нарушения Закона о рекламе в настоящее время устранены путем не распространения ненадлежащей рекламы, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО "Оникс", ИП Кононову С.Ю. предписания о прекращении нарушения Закона о рекламе.

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

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространяемую в выпусках газеты "PRO ГОРОД Чебоксары" от 14.04.2018 №15 (396), от 21.04.2018 № 16 (397), от 28.04.2018 № 17 (398), от 05.04.2018 № 18 (399), от 12.05.2018 № 19 (400), от 19.05.2018 № 20(400), от 26.05.2018 № 21(400), содержащую текст:

"Установите пластиковые окна по себестоимости",

"У нас собственное производство, поэтому продаем изделия почти по себестоимости", "Предложение выгодно вдвойне, так как здесь в компании есть собственное производство! Это означает, что любое пластиковое окно вы приобретаете практически по себестоимости", "… Не переплачивайте дилерам, а закажите окна напрямую у производителя без наценок",

ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.п. 4, 20 ч.3 ст.5 Закона о рекламе.

2. Признать ООО "Оникс" нарушившим требования п. п. 4, 20 ч.3 ст.5 Закона о рекламе.

3. Признать рекламу, распространяемую в выпусках газеты "PRO ГОРОД Чебоксары" от 12.05.2018 № 19 (400), от 19.05.2018 № 20(400), от 26.05.2018 № 21(400), содержащую текст:

"Розыгрыш* Среди клиентов, заказавших окно с 12 мая по 15 июня 2018 года, случайным образом будет выбран счастливчик, которому мы вернем 5000 рублей!"

*Подробные условия акции вы можете узнать по телефону 8(8352) 48 38 87";

" Розыгрыш* Среди клиентов, заказавших окно с 12 мая по 15 июня 2018 года, случайным образом будет выбран счастливчик, которому мы вернем стоимость изделия"

*При заказе от 2 окон возвращается стоимость только 1 окна.

Подробные условия акции вы можете узнать по телефону 8(8352) 48 38 87";

" Розыгрыш* Среди клиентов, заказавших окно с 12 мая по 15 июня 2018 года, случайным образом будет выбран счастливчик, которому мы вернем стоимость изделия"

*При заказе не более 1 окна.

Подробные условия акции вы можете узнать по телефону 8(8352) 48 38 87",

ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 2 ст. 9 Закона о рекламе.

4. Признать ООО "Оникс", ИП Кононова С.Ю. нарушившим требования п. 2 ст. 9 Закона о рекламе.

5. В связи с отсутствием распространения ненадлежащей рекламы на момент рассмотрения дела, предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе ООО "Оникс", ИП Кононову С.Ю. не выдавать.

6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии «…»

Члены Комиссии

«…»