

РЕШЕНИЕ

«09» сентября 2008
Новосибирск

Г.

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

председатель Комиссии – Камнева Н.П.,

члены Комиссии - Скоп Е.А., Виногорова Ю.В., Скорнякова В.Н., Сидельникова Н.С.,

рассмотрев дело № 27 по заявлению ООО «Новосибирск-Авто» по факту размещения Обществом с ограниченной ответственностью Агентство Информации «Мой дом» (далее ООО АИ «Мой дом») (630099, г. Новосибирск, ул. Романова, 27, оф.203, 305) о ненадлежащей и недостоверной информации, распространяемой на сайте: www.inomarka54.ru с признаками нарушения:

п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - закон о рекламе), согласно которой недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

п. 2 ч. 2 ст. 5 закона о рекламе, согласно которой недобросовестной признается реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

п.1 ч. 3 ст. 5 закона о рекламе, в силу которой 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;

п.10 ч. 3 ст. 5 закона о рекламе, в силу которой недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;

п.11 ч. 3 ст. 5 закона о рекламе, в силу которой недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о результатах исследований и испытаний,

в присутствии: представителя заявителя - ООО «Новосибирск-Авто» <...>. (по доверенности),

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО АИ «Мой дом» директора <...>

УСТАНОВИЛА

В адрес Новосибирского УФАС России 07.05.2008 г. поступило заявление от ООО «Новосибирск-Авто» (вх. № 2299) о ненадлежащей и недостоверной информации, распространяемой ООО «Агентство информации «Мой дом» на сайте www.inomarka54.ru.

Как следует из заявления, согласно ст. 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестной признается реклама, которая: 1) содержит некорректное сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; 2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.

ООО АИ «Мой дом» разместило на указанном сайте информацию, согласно которой ООО «Новосибирск-Авто» публикует в своем издании «беспорядочную свалку макетов, бессистемно разбавленную дилетантски поданной информацией вкупе с бестолково составленной навигацией... по самым скромным оценкам в плане информационной наполненности в четыре раза уступает справочнику «Все для Вашей Иномарки 54 RU\$». Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц с обращением сравнить издание заявителя (справочник «Новосибирск – Авто») и справочник «Все для Вашей Иномарки 54 RU\$» (далее «Все для Вашей иномарки»).

Помимо этого, заявитель считает информацию, размещенную ООО АИ «Мой дом» на вышеуказанном сайте недостоверной, так как она содержит следующие несоответствующие действительности сведения:

1. о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами (в рекламе указаны следующие преимущества ООО АИ «Мой дом»):

- впервые разработали новые принципы создания справочника, которые стали и до настоящего времени являются его основными преимуществами;

- первыми использовали принцип подачи информации по разделам в логическом порядке;

- первыми издали полноцветное справочное издание на авторынке Новосибирска, соответствующее статусу владельца автомобиля импортного производства;

- первыми осуществили размещение электронной версии журнала на страницах Интернета. Теперь подкрепление печатного издания электронной версией копируется и другими издательствами справочников;

- освещают следующие преимущества подачи рекламного материала: «Мы не пытаемся «взять» очередного клиента нахрапом, шантажом или обманом, обещая невиданные тиражи или «шоколадные» скидки... информация об этих

организациях редакцией никогда не будет удалена, существенно урезана или подана со значительными искажениями, чем постоянно грешат издатели автосправочной литературы, что несложно проверить. И когда руководители рекламодатели, наконец, поймут, что целевая аудитория издания, его востребованность потребителями, престижность и множество других полезных маркетинговых факторов гораздо важнее для его бизнеса, чем слово «скидка»; наймут на работу грамотных специалистов по рекламе, которые будут сотрудничать с профессиональными рекламными агентствами, то начнется плавный закат демпинговых изданий, и макулатуры в наших офисах и подъездах станет поменьше».

2. О характеристиках товара:

- «В очередной выпуск включается информация о всех автофирмах соответствующих видов деятельности.... Предпочтение именно нашему изданию отдают большинство пользователей, которые вынуждены обращаться к различным источникам информации многократно по роду деятельности или в связи с частыми затруднениями по обслуживанию личного автомобиля. В настоящее время 9-й выпуск справочника содержит максимально полную информацию об организациях г. Новосибирска».

3. О возможности приобретения товара в определенном месте или в течение определенного срока:

- **«70%(10500 экз.)** – презентация только владельцам иномарок в автомагазинах, автосервисах, автосалонах, автоэкспертных и оценочных фирмах Новосибирска; распространение на рекламных стойках сети «Зеркало» в бизнес-центрах (Восход, 20 и Каменская, 32);

- **15%(2250 экз.)** - прямая презентация на промоушн-акциях и выставке **АВТОСИБ-2008**;

- **15%(2250 экз.)** - курьерская доставка директорам организаций г. Новосибирска, работающих на рынке товаров и услуг для автомобилей иностранного производства, а также руководству организаций по тематике 2-х других наших изданий («Мой дом: От и До» и «Вкус жизни»).

4. о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо его одобрении физическими или юридическими лицами:

- «Первый его выпуск сразу был признан и владельцами иномарок, и директорами автофирм, как универсальный инструмент по быстрому и удобному поиску любой интересующей информации».

Проведенной Новосибирским УФАС РФ проверкой установлено, что указанные в заявлении факты нашли подтверждение.

УФАС РФ по НСО в адрес ООО АИ «Мой дом» был направлен запрос № 06-1850 от 14.05.2008 г. о предоставлении сведений, подтверждающих достоверность размещенной рекламной информации следующего содержания:

1. «...информация об этих организациях редакцией никогда не будет

удалена, существенно урезана или подана со значительными искажениями, чем постоянно грешат издатели другой автосправочной литературы...».

По данному пункту ООО АИ «Мой дом» был представлен сравнительный анализ, проводящий аналогию между справочником «Все для Вашей иномарки» и справочником ООО «Новосибирск-Авто» - «Справочник автомобилиста «Новосибирск-Авто». В тексте же присутствует не конкретное сравнение только со справочником «Новосибирск-Авто», но и с издателями другой автосправочной литературы. Для подтверждения рекламной информации ООО АИ «Мой дом» предложил, специалистам Новосибирского УФАС сделать «несколько телефонных звонков» организациям-рекламодателям ООО АИ «Мой дом». Документов, подтверждающих достоверность рассматриваемой информации, стороной по делу не представлено.

2. «...таким образом, редакция просто проводит воспитательную работу среди рекламодателей – «платите деньги, или сами будете виноваты»...». Из материалов дела видно, что ООО «Новосибирск-Авто» в № 9 своего справочника на второй полосе обложки разместило предупреждение для своих клиентов о том, что «будет публиковаться информация только на основе заранее поданной заявки».

Данный пункт поясняется директором ООО АИ «Мой дом» <...> со слов ее клиентов сотрудники справочника «Новосибирск-Авто» часто ведут себя высокомерно и требуют предоплаты. Только после этого информация о них печатается в справочнике «Новосибирск-Авто». Документальных подтверждений не представлено. Кроме того, размещение рекламных сообщений в различных печатных изданиях является правом организации, желающей подать объявление (публичный договор), а требования, правила размещения и приема рекламы таких организаций устанавливается организацией, принимающей рекламные объявления на основании свободы предпринимательской деятельности, осуществляемой в рамках закона.

3. «...нами был использован принцип подачи информации по разделам в логическом порядке, так как традиционный, присущий всем справочным изданиям алфавитный порядок, по автомобильной тематике – значительно затруднил бы поиск информации, где более 60% рубрик начинается на букву «А»...».

По данному пункту ООО АИ «Мой дом» предоставлены для сравнения несколько экземпляров печатных изданий г. Новосибирска, однако никаких пояснений и доказательств относительно того, каким образом и для кого поиск затруднителен, не предоставлено.

4. «...в настоящее время наше удачное решение (а именно начиная с 2006 г., мы бы сказали, наконец-то) используют практически все справочники издания Новосибирска, как автомобильные, так и другой тематики...».

Отсутствуют документальные подтверждения, что именно ООО АИ «Мой дом» впервые внедрил указанное «удачное решение», так как оно не было надлежаще зарегистрировано и не получило правовую охрану государства, то утверждение о заимствовании идеи другими издателями не может быть использовано в рекламной информации. Такой подход к оформлению справочника мог вполне быть позаимствован ООО АИ «Мой дом» у любого издания, как в России, так и за ее

пределами. На территории г. Новосибирска такая идея могла возникнуть у любого другого представителя СМИ, без оглядки на справочник «Все для Вашей иномарки».

5. «...первое полноцветное справочное издание на авторынке Новосибирска... другие полноцветные справочные издания, причем, употребляющие в свой адрес следующие эпитеты: «единственный», «впервые в Новосибирске», «весь цветной», «европейского уровня» и пр....».

По указанному пункту не предоставлено документов о том, что именно справочник «Все для Вашей Иномарки 54 RUS» (далее «Все для Вашей иномарки») был первым. В объяснениях <...>ссылка на подшивку газет «Автопилот» (данном печатном издании размещалась реклама справочника «Новосибирск-Авто»), но материалы за этот период не предоставлены. Поскольку в рекламном сообщении присутствует утверждение не только в отношении одного «Справочника автомобилиста Новосибирск-Авто», то в указанном контексте должны быть представлены доказательства по всем справочным изданиям «на авторынке Новосибирска», которые использовали в свой адрес «эпитеты: «единственный», «впервые в Новосибирске», «весь цветной», «европейского уровня» и пр....». В пояснениях ООО АИ «Мой дом» кроме справочника «Новосибирск-Авто» упоминается о СМИ «Новосибирск автомобильный. Справочник для автомобилистов», других автомобильных справочников на территории г. Новосибирска ранее, по мнению стороны, не было. Однако данный факт также не подтвержден документально (как вариант можно рассматривать данные из государственного органа, осуществляющего регистрацию СМИ).

6. «...этот ход на Новосибирском рынке справочных изданий в пике роста пользователей Интернета был также впервые применен именно нами. Теперь подкрепление печатного издания электронной версией копируется и другими издательствами справочников...».

Данный пункт документально не подтверждается. ООО АИ «Мой дом» предоставили договор № 469-ОД на предоставление услуг по размещению (хостингу) виртуального сайта на серверах ОАО «Ринет» от 29.01.2003 г., Договор № 6103ДУ от 25.08.2003 г., Договор № 629-ОД на предоставление услуг по размещению (хостингу) виртуального сайта на серверах ОАО «Ринет» от 12.09.2003 г., Счет № 32802 от 17.12.2007 г., Платежное поручение № 9 от 28.01.2008 г., которые подтверждают, что АИ «Мой дом» в 2003 г. действительно разместило информацию о себе в Интернете. Регистрация домена и годовое обслуживание дискового пространства хостируемого сервера (объемом 10Мб) (копия чека № 2338 от 29.01.2003 г. не доказывает первенство распространения в сети Интернет электронной версии справочника. Регистрация доменного имени и момент появления электронного справочника на сайте может и не совпадать. Кроме того, не представлено документальных доказательств отсутствия на 2003 г. электронной версии справочников других изданий (опросы издательств, статистические данные по данным вопросам или иное).

7, 8. «...такой подход к сбору, анализу и систематизации информации гарантирует 100% лояльность пользователей к справочнику «Всё для Вашей иномарки 54RUS», который становится незаменимым помощником, как для владельцев автомобилей, так и для специалистов на рынке автобизнеса...».

«...предпочтение именно нашему изданию отдают большинство пользователей, которые вынуждены обращаться к различным источникам информации многократно...».

Указанные факты подтверждаются предоставленными благодарственными письмами шести юридических лиц, а также дипломами различных конкурсов. В дополнительных пояснениях ООО АИ «Мой дом» предоставили анкеты и результаты анкетирования, проведенного указанным юридическим лицом на ярмарке «АВТОСИБ 2005». По мнению ответчика, это свидетельствует о лояльности пользователей именно справочника «Все для Вашей иномарки», к указанному изданию дипломы также свидетельствуют о заслугах справочника и признании профессионалами.

Однако существуют и другие справочные издания на рынке авто литературы, которым отдают предпочтения пользователи. Подтвердить предпочтение пользователями автосправочников, а также 100% лояльность возможно только документами, исходящими от самих пользователей. Этого ООО АИ «Мой дом» сделано не было. Кроме того, результаты анкетирования приводятся за 2005 г., что не может служить подтверждением достоверности, размещенной в 2008 г. ООО АИ «Мой дом», рекламной информации.

9. «...9-й выпуск справочника содержит максимально полную информацию об организациях г. Новосибирска (более 1900), занимающихся продажей и поставкой автомобилей, запчастей и автотоваров; обслуживанием и ремонтом зарубежных автомобилей; оказанием сопутствующих услуг для владельцев иномарок. Подробный рубрикатор по видам деятельности (7 разделов, включающих 72 рубрики)...».

Утверждение о более 1900 организациях не соответствует действительности. В пояснении, представленном ООО АИ «Мой дом» указывается на проблему нехватки листа для алфавитного указателя, поэтому, в целях экономии места под одной записью ГИБДД – 219 разных подразделений ГИБДД, при этом данную структуру нельзя отнести к организациям, указанным в рекламе: «занимающихся продажей и поставкой автомобилей, запчастей и автотоваров, обслуживанием и ремонтом зарубежных автомобилей, оказанием сопутствующих услуг для владельцев иномарок...». У организаций, имеющих несколько структурных подразделений с разными видами деятельности, адресами, телефонами, при одном фирменном наименовании, в алфавитном указателе убирается статус этих подразделений, информация объединяется в одну запись. В подтверждение указанных утверждений предоставляется Перечень организаций по состоянию на 05.05.2007 г., в порядке внесения информации в базу данных и по алфавиту. Организации, опубликованные на стр. 236-239 в разделе «Алфавитный указатель» в справочнике автомобилиста «Новосибирск-Авто» № 14 и на стр. 198-207 в разделе «Алфавитный указатель» в адресно-телефонном справочнике «Все для Вашей иномарки 54 RUS» № 9 (2007) пересчитаны специалистом Новосибирского УФАС России. В первом случае, как и указывалось в заявлении, общее количество организаций составляло 591, а во втором – около 1550 (1545).

10. «... ни одно из автоизданий Новосибирска, несмотря на голословные заявления, не может похвастаться ни подобным объемом информации, ни удобством и грамотностью её подачи...».

11. «...мы не пытаемся «взять» очередного рекламодателя нахрапом, шантажом или обманом, обещая невиданные тиражи и «шоколадные» скидки...».

Указывается на заявления автоизданий, наличие этих заявлений ООО АИ «Мой дом» не подтверждено. Кроме того, ответчик утверждает, что у автоизданий Новосибирска объем, удобство и грамотность ниже, чем у автоиздания рекламодателей (ООО АИ «Мой дом»). Фраза «...мы не пытаемся» создает впечатление, что другие издания пытаются «взять рекламодателя шантажом, обманом». Данное заявление некорректно к изданиям-конкурентам и не соответствует действительности, поскольку документально не подтверждено.

12. «...нашими партнерами становятся фирмы, с течением времени убедившиеся во всех вышеизложенных преимуществах нашего справочника...».

Вышеизложенные преимущества справочника ответчика документально не подтверждены.

13. «...кроме того, большинство рекламодателей, оправдывая своё нежелание размещать рекламу в тематических адресно-телефонных справочниках, ссылаются на еженедельные информационные каталоги, иногда даже очень толстые. Но это опять же от непонимания, что еженедельник – это газета. Реклама в нём работает очень мало. Психологически читатель не будет пользоваться справочником двухнедельной давности, если знает, что есть новые...».

14. «...оптовые и многотиражные издания породили (или испортили много агентств при помощи своей системы «рекламной иглы» - всех клиентов размещайте у нас и объемом побольше, и будут вам большие скидки...».

15. «...при такой зависимости рекламные агентства просто перерождаются в агентства по размещению рекламы (перепродажи рекламных площадей и скидок), и творчества и профессионализма от них уже не жди...».

16. «...целевая аудитория издания, его востребованность потребителями, престижность и множество других полезных маркетинговых факторов гораздо важнее для его бизнеса, чем слово «скидка»; наймут на работу грамотных специалистов по рекламе, которые будут сотрудничать с профессиональными рекламными агентствами, то начнется плавный закат демпинговых изданий, и макулатуры в наших офисах и подъездах станет меньше...».

Согласно подпункту 1 абзаца 1 статьи 3 Федерального 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. Так как в пунктах 13-16 указанной выше рекламы отсутствует привлечение внимания к объекту рекламирования (справочнику «Все для Вашей иномарки»), данную информацию нельзя рассматривать как рекламную.

Кроме того, на сайте размещена информация относительно заявителя, ООО «Новосибирск-Авто»: «...справочник "Новосибирск-Авто", по сути, справочником и не является, а скорее это сборник рекламных макетов (к тому же издание

зарегистрировано, как рекламное) и по самым скромным оценкам в плане информационной наполненности в 4 (четыре) раза уступает нашему справочнику...», «... или найти беспорядочную свалку макетов, бессистемно разбавленную дилетантски поданной информацией вкупе с бестолково составленной навигацией?» (п.17).

В объяснении директора ООО АИ «Мой дом» имеется признание факта сравнения справочника этого издания со справочником «Новосибирск-Авто».

По вопросу об информации на сайте о количестве экземпляров, распространяемых по указанным в заявлении адресам, согласно акту проверки от 04.07.2008 г. Новосибирского УФАС России, использована следующая фраза: «планируемое распространение 11-го выпуска справочника...». Согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой «планировать» т.е. предполагать, рассчитывать, иметь в своих планах. ООО АИ «Мой дом» распространение 11 номера своего справочника только предполагало таким количественным тиражом и по указанным адресам.

Вышеуказанная информация (п.1-16), распространяемая на сайте www.inomarka54.ru в сети Интернет, адресована неопределенному кругу лиц (п. 17. «Внимание!!! ООО АИ «Мой дом» доводит до вашего сведения ...»), направлена на привлечение внимания к справочнику «Всё для Вашей иномарки 54RUS», формирует, привлекает и поддерживает интерес к данному печатному изданию, что подпадает под определение рекламы, в соответствии с п.п. 1 абз. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами (п. 1, п.10, п.11, п. 17 нумерации, указанной выше).

В силу п. 2 ч. 2 ст. 5 закона о рекламе, недобросовестной признается реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента (п.1, п.2, п.10, п.11, п.17 нумерации, указанной выше).

П.1 ч. 3 ст. 5 закона о рекламе, в силу которой 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 (п.1, п.3, п.4, п.6, п.7, п.8, п.9, п.12 нумерации, указанной выше).

В тексте рекламного сообщения, размещенного на сайте: www.inomarka54.ru, проводится прямое сравнение с другим печатным изданием г. Новосибирска, порочащей его честь и деловую репутацию, тем самым способно нанести удар по имиджу и принести финансовые потери для участников этого рынка. На сайте указываются преимущества справочника «Всё для Вашей иномарки 54RUS», документально же такие утверждения не подтверждаются.

Договорами на предоставление услуг по размещению (хостингу) виртуального сайта на серверах ОАО «Ринет», заключенного с ООО АИ «Мой дом», подтверждается, что указанное юридическое лицо является рекламодателем.

Согласно ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ч.ч.2,3 ст. 5 данного закона несет рекламодаделец, т.е. ООО АИ «Мой дом»

В соответствии с п.4 ст.3 указанного Закона - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признаётся ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Согласно ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ч.ч.2,3 ст. 5 данного закона несет рекламодаделец, т.е. ООО АИ «Мой дом».

Таким образом, рекламодаделец ООО Агентство Информации «Мой дом», осуществило размещение ненадлежащей рекламы.

На заседании Комиссии представитель заявителя полностью поддержала указанные в заявлении требования. Директор ООО АИ «Мой дом» пояснила, что считает предоставленные материалы и письменные пояснения достаточными доказательствами всех утверждений, размещенных на сайте: www.inomarka54.ru.

Комиссия, заслушав заявителя и лицо в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев материалы дела, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА

1. Признать общество с ограниченной ответственностью Агентство Информации «Мой дом» нарушившим п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее закон о рекламе), согласно которому недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; п. 2 ч. 2 ст. 5 закона о рекламе, согласно которому недобросовестной признается реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента; п.1 ч. 3 ст. 5 закона о рекламе, в силу которого 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; а рекламу, размещенную на сайте: www.inomarka54.ru в сети Интернет, ненадлежащей рекламой.

2. Выдать ООО Агентство Информации «Мой дом» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «12» сентября 2008.

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

Председатель Комиссии

Н.П. Камнева

Члены Комиссии
Виногорова

Ю. В.

Скоп

Е. А.

Сидельникова

В.Н. Скорнякова

Н.С.

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«09» сентября 2008
Новосибирск

г.

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

председатель Комиссии – Камнева Н.П.,

члены Комиссии - Скоп Е.А., Виногорова Ю.В., Скорнякова В.Н., Сидельникова Н.С.,

на основании своего решения от "09" сентября 2008 г. по делу № 27 о признании ненадлежащей рекламы размещенной Обществом с ограниченной ответственностью Агентство Информации «Мой дом» (далее ООО АИ «Мой дом») (630099, г. Новосибирск, ул. Романова, 27, оф.203, 305), на сайте: www.inomarka54.ru

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ

1. ООО АИ «Мой дом» (630099, г. Новосибирск, ул. Романова, 27, оф.203, 305), в 5-ти дневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно не допускать распространение рекламы с нарушением требований:

п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее закон о рекламе), согласно которой недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

п. 2 ч. 2 ст. 5 закон о рекламе, согласно которой недобросовестной признается реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

п.1 ч. 3 ст. 5 закона о рекламе, в силу которой 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.

2. ООО АИ «Мой дом» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до "25" сентября 2008 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с ч. 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

Н.П. Камнева

Члены Комиссии
Виногорова

Ю. В.

Скоп

Е. А.

Сидельникова

В.Н. Скорнякова

Н.С.