

## РЕШЕНИЕ

### по делу № 14 по признакам нарушения

### законодательства о рекламе

«11» августа 2010

г. Южно-Сахалинск

Резолютивная часть решения объявлена 28.07.2010

Решение изготовлено в полном объеме 11.08.2010

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Сахалинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: - Могилёвкин А.Г. – вр.и.о. руководителя управления;

Члены Комиссии: - Путрова С.И. – начальник отдела контроля монополистической деятельности, недобросовестной конкуренции и рекламы;  
- Филиппова В.А. – специалист-эксперт отдела контроля монополистической деятельности, недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 14 по признакам нарушения ООО «Европласт» ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), выразившегося в размещении на телеканале АСТВ рекламы окон, в которой отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения товара,

в присутствии:

- представителя ООО «Европласт» по доверенности,

в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе,

## УСТАНОВИЛА:

В адрес Сахалинского УФАС России 28.05.2010 поступило заявление от гр. Винокуровой Н.А. о распространении в средствах массовой информации рекламы окон от компании «Европласт» с нарушением законодательства о рекламе.

В результате проведённой проверки, отделом контроля монополистической деятельности, недобросовестной конкуренции и рекламы установлено следующее.

В период с 13.05.2010 по 27.05.2010 на телеканале АСТВ транслировался рекламный ролик ООО «Европласт»

следующего содержания.

В звуковом формате: «Внимание, только 28 мая, только в «Европласте», скидки на окна 50 процентов в честь дня рождения компании». На экране, сменяющие друг друга кадры: «Внимание! Только 28 мая! Скидки на окна 50%. В честь дня рождения компании. Европласт, тел: 466-909, пр. Мира, 426, оф. 101». Сопровождение бегущей строкой: «ул. Комсомольская, 247-Б, ТЦ «Зодчий», тел: 72-57-57».

В своих пояснениях (№ 194 от 29.06.2010) ООО «Европласт» указало, что, по условиям акции, скидка 50% распространяется только на изделия из ПВХ. Скидка не распространяется на работы по установке изделий и комплектующих, отделочные работы, а также комплектующие (откосы, обналичка, подоконник, отлив, москитная сетка, ограничители, крепежи и прочие аксессуары). А также, чтобы получить данную скидку, потребителям необходимо было до 28.05.2010 произвести замеры оконных блоков. При отсутствии замеров, скидка не предоставляется.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребители рекламы.

13.07.2010 в отношении ООО «Европласт» по факту нарушения законодательства о рекламе было возбуждено дело № 14 по признакам нарушения ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

На заседании Комиссии, 28.07.2010, представитель ООО «Европласт» подтвердила ранее изложенную в письме позицию, а также заявила, что информация, содержащаяся в данной рекламе, для потребителей понятна.

Исследовав документы, имеющиеся в материалах дела и, заслушав объяснения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссией Сахалинского УФАС России установлено следующее.

Отношения в сфере рекламы независимо от места её производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются ФЗ «О рекламе».

Согласно п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе», рекламой является 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 об окнах компании «Европласт», распространяемая на телеканале АСТВ, носит рекламный характер, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» содержит обязательное общее требование к любой рекламе: при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

В силу ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребители рекламы.

Как заявил представитель ООО «Европласт», скидка на окно составляет 50%. При этом, по мнению представителя Общества, под окном подразумевается - оконная рама, стеклопакет и фурнитура. На стоимость комплектующих, отделочных работ, а также работ по установке изделий и комплектующих, указанная скидка не распространяется.

В рекламном ролике ООО «Европласт», транслируемом на телеканале АСТВ, отсутствует информация о том, что пятидесятипроцентная скидка не распространяется на работы по установке изделий и комплектующих, отделочные работы, а также комплектующие (откосы, обналичка, подоконник, отлив, москитная сетка, ограничители, крепежи и прочие аксессуары).

Отсутствие в тексте рекламы указанных существенных сведений искажает смысл информации, так как одно лишь включение в рекламу словосочетания «скидка на окна 50%» не дает потребителям рекламы верного, соответствующего действительности представления об условиях приобретения товара, и вводит потенциальных клиентов в заблуждение, так как не позволяет им, руководствуясь текстом рекламы, обоснованно, с учетом своих возможностей, принять решение о необходимости приобретения товара на предложенных условиях либо об отказе от этого.

Ответственность за нарушение требования, установленного ч. 7 ст. 5, согласно ст. 38 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе», рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем в данном случае, как установлено Комиссией, является ООО «Европласт».

Руководствуясь пунктом 2 части 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 ненадлежащей рекламу окон ООО «Европласт», размещённую на телеканале АСТВ, в которой отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения товара, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

**2.** Предписание не выдавать, в связи с добровольным устранением нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

**3.** Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Сахалинского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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