

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

председатель Комиссии – руководитель управления;

члены Комиссии:

начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы;

главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы;

в присутствии:

- директора ООО «Мой город» и ООО «Мастерстрой»;

- представителя Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Забайкальскому краю.

рассмотрев дело № 21 по признакам нарушения ООО «Мой город», ООО «Мастерстрой» пункта 4 части 2, пункта 2 и пункта 6 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В ходе мониторинга, проводимого на основании статьи 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Забайкальским УФАС России установлены факты, указывающие на признаки нарушения законодательства РФ о рекламе ООО «Мой город».

Также, в Забайкальское УФАС России поступила информация от Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Забайкальскому краю о распространении ненадлежащей рекламы ООО «Мой город», с приложением заявлений граждан, заключивших договоры с ООО «Мастерстрой».

Кроме того, в адрес Забайкальского УФАС России поступали устные и письменные жалобы граждан г. Читы.

Забайкальским УФАС установлено, что ООО «Мой город» на основании договора от 10.01.2015 с ООО «Герум-Продакшн», распространялась реклама следующего содержания: «СОЦИАЛЬНЫЕ ОКНА «Региональное социально ориентированное предприятие», с 1 июня по 31 августа 2015 г. для жителей г. Читы и Забайкальского края осуществляется программа по льготной замене старых окон и балконов на новые при поддержке администрации ООО «Мой город». Кол-во предложений ограничено! Гарантия 15 лет, ГОСТконтроль. г. Чита, ул. Чкалова, 149, офис 301, ТЦ «Likerka Plaza», Подробности по тел.: * социальные окна - название акции * Ликёрка Плаза, (3022)50-24-26, 8-914-350-24-26 ».

Определением от 21 сентября 2015 года Забайкальским УФАС России возбуждено дело № 21 в отношении ООО «Мой город», ООО «Мастерстрой» по признакам нарушения пункта 4 части 2 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В ходе рассмотрения дела № 21 установлены также признаки нарушения пункта 2 и пункта 6 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Таким образом, указанная выше реклама содержит признаки нарушения пункта 4 части 2, пункта 2 и пункта 6 части 3, части 7 статьи 5 [Закона](#) о рекламе.

Представителем ООО «Мой город», ООО «Мастерстрой» даны пояснения, из которых следует, что продажа окон начала осуществляться с июня 2015 года, реклама также распространяется с июня 2015 года. Рекламный макет был разработан директором ООО «Мой город», ООО «Мастерстрой». Под социальной деятельностью предполагалось оказание услуг пенсионерам и инвалидам. Эмблема с изображением медведя и надписью «Региональное социально ориентированное предприятие» использовалась для привлечения клиентов. Скидки предоставлялись на устной основе. «Гарантия 15 лет», заявленная в рекламе, распространялась не на весь товар. «Гостконтроль», заявленный в рекламе, предполагает, что окна проходят сертификацию и произведены в России. Под льготной программой подразумевалось предоставление скидок.

Комиссия Забайкальского УФАС России, рассмотрев обстоятельства дела, исследовав имеющиеся в материалах дела документы и доказательства, установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама - это 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе определяет объект рекламирования как 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.

Указанная выше информация, соответствует понятию рекламы, закрепленному в действующем законодательстве, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и способствует продвижению на рынке объекта рекламирования.

Объектом рекламирования в данном случае являются окна ООО «Мой город» и акция, проводимая ООО «Мой город».

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу [пункта 2 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и

дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Указанная выше реклама содержит заявление «Социальные окна», эмблему с изображением медведя и надписью «Региональное социально ориентированное предприятие», словосочетание «осуществляется программа по льготной замене старых окон и балконов на новые при поддержке администрации ООО «Мой Город»».

Совокупность всех указанных элементов указывает на социальную направленность деятельности ООО «Мой город» и заявляет об определенных потребительских свойствах товаров, заявленных в рекламе (содержит эмблему «Региональное социально ориентированное предприятие», указание на льготы, содержит указание на гарантию 15 лет).

**В соответствии с пунктом 2.1. статьи 2
Федерального закона от 12 января 1996
г. N 7-ФЗ «О некоммерческих
организациях», социально
ориентированными некоммерческими
организациями признаются
некоммерческие организации,
созданные в предусмотренных
настоящим Федеральным законом
формах (за исключением
государственных корпораций,
государственных компаний,
общественных объединений, являющихся
политическими партиями) и
осуществляющие деятельность,
направленную на решение социальных**

проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации, а также виды деятельности, предусмотренные [статьей 31.1](#) настоящего Федерального закона.

В соответствии с частью 5 статьи 2 Федерального закона от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях, некоммерческие организации вправе иметь символику - эмблемы, гербы, иные геральдические знаки, флаги и гимны, описание которой должно содержаться в учредительных документах.

В соответствии с толковым словарем: эмблема (от греч. *emblemata* - рельефное украшение)- условное или символическое изображение какого-либо понятия, идеи (напр., эмблемы различных родов войск).

Таким образом, использование в рекламе эмблемы «Региональное социально ориентированное предприятие» указывает на принадлежность ООО «Мастерстрой» к социально ориентированной организации.

Вместе с тем, в ходе рассмотрения дела, установлено, что основным направлением деятельности ООО «Мой город» и ООО «Мастерстрой», в соответствии с выпиской ЕГРЮЛ, является прочая розничная торговля вне магазинов, т.е. коммерческая деятельность.

ООО «Мой город» и ООО «Мастерстрой» не являются социально ориентированными предприятиями, в связи с тем, что основным видом деятельности ООО «Мой город» и ООО «Мастерстрой» является деятельность, не направленная на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации, а также виды деятельности, предусмотренные [статьей 31.1](#) Федерального закона от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».

Таким образом, использование эмблемы «Региональное социально ориентированное предприятие» в рекламе способно ввести в заблуждение относительно направления деятельности указанных хозяйствующих субъектов.

Рассматриваемая реклама, содержит словосочетание «Социальные окна».

Исходя из положений Федерального закона от 28 декабря 2013 г. N 442-ФЗ "Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации", определяющих такие понятия как «социальная услуга» - действие или действия в сфере социального обслуживания по оказанию постоянной, периодической, разовой помощи, в том числе срочной помощи, гражданину в целях улучшения условий его жизнедеятельности и (или) расширения его возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности; «получатель социальных услуг» - гражданин, который признан нуждающимся в социальном

обслуживании и которому предоставляются социальная услуга или социальные услуги. Можно сделать вывод, что социальная направленность деятельности должна предусматривать реализацию услуг для определенных категорий граждан (инвалидов, малообеспеченных и т.д.) по ценам и условиям, отличающимся от среднерыночных и предназначенных определенным социальным группам.

ООО «Мой город» и ООО «Мастерстрой» не представлено доказательств того, что данными хозяйствующими субъектами оказываются услуги для определенных категорий граждан (инвалидов, малообеспеченных и т.д.) по ценам и условиям, отличающимся от среднерыночных и предназначенных определенным социальным группам.

Кроме того, в рекламе используется словосочетание «льготная замена окон».

В соответствии с толковым словарем русского языка С.И. Ожегова значение слова «льгота» - преимущественное [право, облегчение](#), предоставляемое кому-нибудь как [исключение](#) из общих правил.

Представленный в материалы дела типовой договор на оказание услуг ООО «Мастерстрой» не содержит указание на предоставление каких либо льгот и особых социальных условий для определенной категории граждан. Договор не содержит указание на скидки.

В связи с изложенным выше, рассматриваемая реклама нарушает требования [пункта 2 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе, а именно, содержит не соответствующие действительности сведения о социальной направленности деятельности ООО «Мой город» и ООО «Мастерстрой», принадлежности к социально ориентированному предприятию, предоставлении льгот.

В соответствии с [пунктом 6 части 3 статьи 5](#) Федерального закона "О рекламе" реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о гарантийных обязательствах лица, оказывающего услугу, является недостоверной.

В рекламе содержится информация о гарантийных обязательствах: " Гарантия 15 лет, ГОСТконтроль ".

В соответствии с пунктом 2.1. типового договора на оказание услуг ООО «Мастерстрой» гарантийный срок составляет 10 лет, что является меньше срока гарантии, заявленного в рекламе.

В силу части 7 статьи 5 Закона 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 вводятся в заблуждение [потребители рекламы](#).

Рассматриваемая реклама содержит эмблему с изображением медведя.

В соответствии с частью 5 статьи 2 Федерального закона от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях, в качестве символики некоммерческой организации не могут быть использованы эмблемы и иные символы, описание которых ранее включено в устав существующей в Российской Федерации политической партии, а также эмблемы и иные символы организаций,

деятельность которых на территории Российской Федерации запрещена.

В соответствии с пунктом 1.9., 1.9.1. **Устава политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ»**, партия имеет свою эмблему, эмблема Партии представляет собой композицию, в верхней части которой расположено стилизованное изображение развевающегося полотнища с полосами равной ширины белого, синего и красного цвета, символизирующего флаг Российской Федерации, окаймляющего с правой стороны стилизованное изображение в сочетании белого и синего цвета силуэта медведя, развернутого правым боком к зрителю.

Из анализа рекламы, следует, что фрагмент композиции изображения силуэта с медведя, используемого в рекламе ООО «Мой город» и ООО «Мастерстрой», схоже до степени смешения с изображением медведя, используемым в эмблеме партии «Единая Россия».

Таким образом, использование рассматриваемого фрагмента композиции в виде силуэта медведя, воспринимается потребителем, как свидетельство того, что ООО «Мой город» и ООО «Мастерстрой» имеет отношение к партии «Единая Россия», что не соответствует действительности.

Также, рассматриваемая реклама содержит словосочетание: «осуществляется программа по льготной замене старых окон и балконов на новые».

В ходе рассмотрения дела, установлено, что с клиентами заключается договор розничной купли продажи.

В соответствии с пунктом 1.1 типового договора, представленного в материалы дела, продавец обязуется передать в собственность, а Покупатель уплатить покупную цену и принять продукцию....

В соответствии с пунктом 1.3 указанного договора, Продавец обязуется доставить товар по адресу, указанному в Приложении 1 к договору в соответствии с условиями настоящего договора.

В соответствии со статьёй 454 Гражданского кодекса РФ, по договору купли-продажи одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену).

Таким образом, указанный договор не содержит обязанностей продавца по оказанию услуг демонтажа и установки окон.

В соответствии с толковым словарем русского языка Ефремовой Т.Ф., значение слова «замена» - действие по знач. глаг.: [заменять](#), заменить, заменяться (1), [замениться](#). 2) Тот, кто или то, что заменяет кого-л., что-л. 3) устар. Перемена; изменение.

Рассматриваемая реклама, содержит заявление именно о замене окон, а не о продаже.

Также, в рекламе содержится указание на поддержку администрации ООО «Мой город» (« при поддержке администрации ООО «Мой город»»).

Вместе с тем, в соответствии с представленными договорами, услуги по продаже окон оказывает ООО «Мастерстрой».

Таким образом, клиент фактически заключает договор купли продажи с ООО «Мастерстрой».

Кроме того, совокупность таких элементов рекламы, как словосочетание «при поддержке администрации ООО «Мой город»», эмблемы «Региональное социально ориентированное предприятие» и использование изображения силуэта медведя, схожего до степени смешения с изображением медведя, используемого в эмблеме партии «Единая Россия», воспринимается потребителем, как свидетельство того, что рекламируемая акция проводится при содействии государства и партии «Единая Россия», что не соответствует действительности.

Таким образом, указанная выше реклама содержит нарушения требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно [пункту 4 части 2 статьи 5](#) Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В соответствии с [пунктом 9 статьи 4](#) Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (далее - [Федеральный закон](#) "О защите конкуренции") недобросовестной конкуренцией являются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добросовестности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Для квалификации действий недобросовестной конкуренцией необходимо соблюдение всех признаков, указанных в [пункте 9 статьи 4](#) Федерального закона "О защите конкуренции", а именно:

1. Действия совершены хозяйствующим субъектом.

ООО " Мой город " является хозяйствующим субъектом, зарегистрированным в налоговом органе в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации (согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц).

2. Действия направлены на получение преимуществ в предпринимательской деятельности.

Реклама, размещенная в региональном эфире телеканалов «Первый», «Пятый канал», «Россия-1», способна предоставить ООО "Мой город" необоснованные преимущества в предпринимательской деятельности, поскольку указанная выше реклама содержит недостоверные сведения, а именно, заявляет о социальной направленности предприятия, принадлежности к социально ориентированному предприятию, предоставлении льгот, содержит недостоверные сроки гарантии (15 лет).

В соответствии с [пунктом 29](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Системное толкование указанных положений закона позволяет сделать вывод о том, что реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств, качеств, характеристик товара (работы, услуги), в том числе его природы. Текст рекламы не должен содержать выражений, способных создать впечатление о свойствах товара, которыми он не обладает.

3. Действия противоречат обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости. Распространение недобросовестной информации противоречит обычаям делового оборота - сложившимся и широко применяемым в области предпринимательской деятельности правилам поведения, не предусмотренным законодательством, независимо от того, зафиксированы ли они в каких-либо документах ([часть 1 статьи 5](#) ГК РФ). Распространение недостоверной информации, безусловно, нельзя отнести к добропорядочным действиям - достойным одобрения и честным, указанное действие не является справедливым и разумным, поскольку противоречит как нормам морали, так и этики предпринимательской деятельности.

4. Действия способны причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому введение потребителей в заблуждение посредством распространения недостоверной рекламы способно привести к неправильному выбору потребителем товара (услуги) с необходимым ему набором потребительских свойств и в то же время привести к сокращению продаж однородных товаров (услуг) конкурентами.

Учитывая изложенное, реклама ООО «Мой город» является актом недобросовестной конкуренции, что запрещено в соответствии с [пунктом 4 части 2 статьи 5](#) Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закон о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 2, пункта 2 и пункта 6 части 3, части 7 статьи 5 [Закона](#) о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодателем в силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с договором от 10.01.2015 с ООО «Герум-Продакшн» рекламодателем является ООО «Мой город».

Комиссия Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам

нарушения законодательства о рекламе, изучив имеющиеся материалы дела, пришла к выводу, что ООО «Мой Город» являясь рекламодателем указанной выше рекламы, имело возможность соблюдения требований установленных пунктом 4 части 2, пунктом 2 и пунктом 6 части 3, частью 7 статьи 5 [Закона](#) о рекламе.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе; пунктами 37, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных Постановлением правительства РФ от 17.08.2006 № 508; пунктом 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденного приказом ФАС от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространяющуюся в региональном эфире телеканалов «Первый», «Пятый канал», «Россия-1», следующего содержания: «СОЦИАЛЬНЫЕ ОКНА «Региональное социально ориентированное предприятие», с 1 июня по 31 августа 2015 г. для жителей г. Читы и Забайкальского края осуществляется программа по льготной замене старых окон и балконов на новые при поддержке администрации ООО «Мой город». Кол-во предложений ограничено! Гарантия 15 лет, ГОСТконтроль. г. Чита, ул. Чкалова, 149, офис 301, ТЦ «Likerka Plaza», Подробности по тел.: * социальные окна - название акции * Ликёрка Плаза, (3022)50-24-26, 8-914-350-24-26 », поскольку она нарушает требования установленные пунктом 4 части 2, пунктом 2 и пунктом 6 части 3, частью 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать ООО «Мой город» (ОГРН : 1157536002095) нарушившим требования установленные пунктом 4 части 2, пунктом 2 и пунктом 6 части 3, частью 7 статьи 5 [Закона](#) о рекламе.

3. Выдать ООО «Мой город» (ОГРН : 1157536002095) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Забайкальского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии