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. emblema - 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, представляемое 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 добропорядочности, 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 недоставерной 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, распространяющеюся 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