

## РЕШЕНИЕ

по делу № 320Р/2014 в отношении ООО «Кровельный центр»

22 декабря 2014 г.

г. Краснодар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – Оберемок Виктория Викторовна - заместитель руководителя, начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Члены Комиссии:

Голубцова О.В. – заместитель начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Нудной Н.С. – главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Тимошенко А.В. - специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 320 Р/2014 от 24.10.2014г. по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по фактам распространения в газете «PRO КРОВЛЮ», выпуск № 1 за июль 2014 рекламы содержания:

на странице 1:

*- «Маркировка кровли – гарантия качества... Из чего складывается цена на готовую продукцию?...Кровельный центр – единственный производитель, который реализует продукцию исключительно через собственную сеть филиалов... И наша цель, как производителя и конечного продавца материала, предоставить потребителю возможность самостоятельного выбора материала, цена которого (внимание!) соответствует качеству. Кровли, выполненные из металлочерепицы, «работают» на Кубани уже несколько десятков лет, являясь самым востребованным материалом сегодняшнего дня. Поэтому, чтобы покончить со всей этой неразберихой... «Кровельный центр» начал реализацию своей новой маркетинговой стратегии: «Выбираешь маркированную кровлю – выбираешь качество!»... Основная цель внедрения маркированной кровли – честно и открыто предоставить покупателю полную информацию о приобретаемой продукции...»;*

*- «...Сегодня «Кровельный центр» - это широко известный бренд. Причем не только в нашем крае, но и на территории всего Южного федерального округа... Мы дорожим своей репутацией. И наш главный постулат – честным быть выгодно! . Вы получаете качественный товар, мы – стабильность. ... Наши секреты заключаются в*

том, что мы вкладываем большую часть прибыли в самые передовые линии производства кровельных материалов, гарантирующие безупречное качество, и расширяем сеть филиалов, что позволяет «Кровельному центру» наиболее полно удовлетворять Ваши потребности, поддерживая спрос и сохраняя ваше доверие...»;

- на странице 2:

- «Фирменный почерк. ... Сегодня рынок строительных материалов настолько широк и многообразен, что среди производителей кровельных материалов наметилась выраженная тенденция к конкурентной борьбе.... Стратегия продаж «Кровельного центра» в корне отличается от маркетинговой политики наших действующих конкурентов-производителей в южном регионе, да и, наверное, большинства переработчиков стали с покрытием в России... «Кровельный центр был и остается узкоспециализированным предприятием по производству и продаже кровельных материалов. Наша главная стратегия как розничного продавца – доступность к клиенту, или так называемое «короткое плечо». «Кровельный центр» делает все, чтобы доставить потребителю необходимый товар в комфортной для него зоне доступности... Наша главная цель – сделать безукоризненное обслуживание в «Кровельном центре» фирменным знаком компании.»;

на странице 3:

- «7 раз спроси, или советы профессионалов. Итак, перед дядей Колей обозначилась серьезная проблема, проблема выбора... И он отправился в один из филиалов «Кровельного центра». Он уже покопался в Интернете..., и теперь направил свои стопы к зданию, выкрашенному в фирменный бело-синий цвет с ярко-красными буквами: «Кровельный центр»... Поэтому, прежде чем совершить покупку кровельных материалов следует: 1. Составить схему кровли с реальными размерами... 2. Обязательно нужно попросить у продавца кровли счет за оплату... 3. Обращайте внимание на то, может ли компания... 4. При покупке кровельных материалов необходимо выяснить толщину листа, который служит основой металлочерепицы... 5. При выборе цвета будущей кровли... 6.... Подытожим: Познакомившись с этой бесценной для каждого начинающего строителя информацией, дядя Коля сделал для себя главный выбор: «Буду закупать все в «Кровельном центре»... Особенно ему импонировали две вещи: письменная гарантия качества и гостовская маркировка. Словом проблема выбора была решена...»;

- на странице 4:

«Факты и цифры Краснодарский «Кровельный центр» - специализированное предприятие по производству и продаже стальных кровельных и стеновых материалов в Южном федеральном округе. География компании охватывает весь Краснодарский край, а также Республику Адыгея. Имеются филиалы в Ставропольской крае и Ростовской области. Сегодня уже работают 77 филиалов... 100 тысяч тонн проката в год... более 70 миллионов квадратных метров кровли «Кровельный центр» произвел за 12 лет... Кроме того, выпускаются сэндвич-панели, металлический сайдинг, обрешеточный и стеновой профиль, термопрофиль, металлопластиковые изделия, мобильные и быстровозводимые здания и так далее»;

- «Перед началом монтажных работ и далее... В зависимости от выбранного типа крыши вам понадобятся различные доборные материалы, которые вы можете купить в «Кровельном центре», проконсультировавшись с нашими специалистами... Обычно монтажная бригада все замеры осуществит самостоятельно, ... Хранение... Начинаем... Гидроизоляция... Утепляем кровлю...

- на странице 7 распространена реклама содержания:

- «Инвестгосстрах Жилой комплекс «Империал» страховка бесплатно, подробности по телефону 204-01-01 проектная декларация на сайте: [www.imperialgorod.ru](http://www.imperialgorod.ru) ЗАО АСК «Инвестстрах» акция действует с 1 июня по 31 августа 2014 года ЮгСтройИмпериал строительная компания»;

- «Юг Металл Конструкция строительные и промышленные металлоконструкции; грузоподъемное оборудование и краны; мостовые металлоконструкции; сварные балки. (861) 277-77-00»;

- «Станк аренда спецтехники, краны манипуляторы мехруки автокраны самосвалы экскаваторы мини экскаваторы бульдозеры 8(918) 487-70-70, 8(861) 214-32-52»;

- «ROCKWOOL новое поколение утеплителя скандинавское качество для вашего дома в продаже в Кровельном центре»;

- «Duck Dog традиционное английское качество всегда в наличии в кровельном центре английский флюгер ручной работы от компании... -это отличное качество для Вашего дома и хороший подарок Вашим близким! Новинкой 2014 года стала серия ВиндВуду (Флюгер Дымник). Флюгер – дымник – это поворотно-вытяжное устройство, предназначенное для установки на вытяжных отопительных, вентиляционных, каминных и печных трубах с целью защиты и усиления тяги»;

- «Как надежно установить мансардные окна? Фирменное решение VELUX – комплекты для гидро- и теплоизоляции (BDX)... Комплект пароизоляции... спрашивайте в филиалах Кровельного центра 10 лет гарантия»;

- «URSA TERRA надежная изоляция для профессионального домостроения [www.ursa.ru](http://www.ursa.ru) в наличии во всех филиалах кровельного центра» с признаками нарушения требований ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя по доверенности надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения дела № 320 Р/2014 лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Кровельный центр», Ксендохова Адониса Владимировича,

в отсутствие надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения дела № 320 Р/2014 заявителя – гр. <...>,

**УСТАНОВИЛА:**

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе и в связи с рассмотрением заявления гр. <...> (вх. № ТС 976 от 26.09.2014) Управление Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю установило следующее.

В газете «PRO КРОВЛЮ», выпуск № 1 за июль 2014г. распространена реклама содержания:

на странице 1:

*- «Маркировка кровли – гарантия качества... Из чего складывается цена на готовую продукцию?... Кровельный центр – единственный производитель, который реализует продукцию исключительно через собственную сеть филиалов... И наша цель, как производителя и конечного продавца материала, предоставить потребителю возможность самостоятельного выбора материала, цена которого (внимание!) соответствует качеству. Кровли, выполненные из металлочерепицы, «работают» на Кубани уже несколько десятков лет, являясь самым востребованным материалом сегодняшнего дня. Поэтому, чтобы покончить со всей этой неразберихой... «Кровельный центр» начал реализацию своей новой маркетинговой стратегии: «Выбираешь маркированную кровлю – выбираешь качество!»... Основная цель внедрения маркированной кровли – честно и открыто предоставить покупателю полную информацию о приобретаемой продукции...»;*

*- «... Сегодня «Кровельный центр» - это широко известный бренд. Причем не только в нашем крае, но и на территории всего Южного федерального округа... Мы дорожим своей репутацией. И наш главный постулат – честно быть выгодно! . Вы получаете качественный товар, мы – стабильность. ... Наши секреты заключаются в том, что мы вкладываем большую часть прибыли в самые передовые линии производства кровельных материалов, гарантирующие безупречное качество, и расширяем сеть филиалов, что позволяет «Кровельному центру» наиболее полно удовлетворять Ваши потребности, поддерживая спрос и сохраняя ваше доверие...»;*

- на странице 2:

*- «Фирменный почерк. ... Сегодня рынок строительных материалов настолько широк и многообразен, что среди производителей кровельных материалов наметилась выраженная тенденция к конкурентной борьбе... Стратегия продаж «Кровельного центра» в корне отличается от маркетинговой политики наших действующих конкурентов-производителей в южном регионе, да и, наверное, большинства переработчиков стали с покрытием в России... «Кровельный центр был и остается узкоспециализированным предприятием по производству и продаже кровельных материалов. Наша главная стратегия как розничного продавца – доступность к клиенту, или так называемое «короткое плечо». «Кровельный центр» делает все, чтобы доставить потребителю необходимый товар в комфортной для него зоне доступности... Наша главная цель – сделать безукоризненное обслуживание в «Кровельном центре» фирменным знаком компании.»;*

на странице 3:

- «7 раз спроси, или советы профессионалов. Итак, перед дядей Колей обозначилась серьезная проблема, проблема выбора... И он отправился в один из филиалов «Кровельного центра». Он уже покопался в Интернете..., и теперь направил свои стопы к зданию, выкрашенному в фирменный бело-синий цвет с ярко-красными буквами: «Кровельный центр»... Поэтому, прежде чем совершить покупку кровельных материалов следует: 1. Составить схему кровли с реальными размерами... 2. Обязательно нужно попросить у продавца кровли счет за оплату... 3. Обращайте внимание на то, может ли компания... 4. При покупке кровельных материалов необходимо выяснить толщину листа, который служит основой металлочерепицы... 5. При выборе цвета будущей кровли... 6.... Подытожим: Познакомившись с этой бесценной для каждого начинающего строителя информацией, дядя Коля сделал для себя главный выбор: «Буду закупать все в «Кровельном центре»... Особенно ему импонировали две вещи: письменная гарантия качества и гостовская маркировка. Словом проблема выбора была решена...»;

- на странице 4:

«Факты и цифры Краснодарский «Кровельный центр» - специализированное предприятие по производству и продаже стальных кровельных и стеновых материалов в Южном федеральном округе. География компании охватывает весь Краснодарский край, а также Республику Адыгея. Имеются филиалы в Ставропольской крае и Ростовской области. Сегодня уже работают 77 филиалов... 100 тысяч тонн проката в год... более 70 миллионов квадратных метров кровли «Кровельный центр» произвел за 12 лет... Кроме того, выпускаются сэндвич-панели, металлический сайдинг, обрешеточный и стеновой профиль, термопрофиль, металлопластиковые изделия, мобильные и быстровозводимые здания и так далее»;

- «Перед началом монтажных работ и далее... В зависимости от выбранного типа крыши вам понадобятся различные доборные материалы, которые вы сможете купить в «Кровельном центре», проконсультировавшись с нашими специалистами... Обычно монтажная бригада все замеры осуществит самостоятельно, ... Хранение... Начинаем... Гидроизоляция... Утепляем кровлю...

- на странице 7 распространена реклама содержания:

- «Инвестгосстрах Жилой комплекс «Империял» страховка бесплатно, подробности по телефону 204-01-01 проектная декларация на сайте: [www.imperialgorod.ru](http://www.imperialgorod.ru) ЗАО АСК «Инвестстрах» акция действует с 1 июня по 31 августа 2014 года ЮгСтройИмпериял строительная компания»;

- «Юг Металл Конструкция строительные и промышленные металлоконструкции; грузоподъемное оборудование и краны; мостовые металлоконструкции; сварные балки. (861) 277-77-00»;

- «Станк аренда спецтехники, краны манипуляторы мехруки автокраны самосвалы экскаваторы мини экскаваторы бульдозеры 8(918) 487-70-70, 8(861) 214-32-52»;

- «ROCKWOOL новое поколение утеплителя скандинавское качество для вашего дома в продаже в Кровельном центре»;

- «*Duck Dog* традиционное английское качество всегда в наличии в кровельном центре английский флюгер ручной работы от компании... -это отличное качество для Вашего дома и хороший подарок Вашим близким! Новинкой 2014 года стала серия ВиндВуду (Флюгер Дымник). Флюгер – дымник – это поворотно-вытяжное устройство, предназначенное для установки на вытяжных отопительных, вентиляционных, каминных и печных трубах с целью защиты и усиления тяги»;

- «Как надежно установить мансардные окна? Фирменное решение VELUX – комплекты для гидро- и теплоизоляции (BDX)... Комплект пароизоляции... спрашивайте в филиалах Кровельного центра 10 лет гарантия»;

- «URSA TERRA надежная изоляция для профессионального домостроения [www.ursa.ru](http://www.ursa.ru) в наличии во всех филиалах кровельного центра» с признаками нарушения требований ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

Согласно ст. 16 Федерального закона «О рекламе» размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы". Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

В рекламе вышеуказанного содержания отсутствует пометка «реклама» либо пометка «на правах рекламы».

Кроме того, при подсчете объема рекламы в газете «ПРО КРОВЛЮ», выпуск № 1 за июль 2014, Краснодарским УФАС России установлено превышение 40% (сорока процентов) объема рекламы от общего объема издания, а именно: объем рекламы, размещенной в газете «ПРО КРОВЛЮ», выпуск № 1 за июль месяц от общего объема издания составляет 65,6% (шестьдесят пять и шесть десятых процентов).

В соответствии со свидетельством о регистрации СМИ ПИ № ТУ23-01329 от 26.06.2014 г., представленным Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Южному Федеральному округу (вх. № факса 1063 от 06.10.2014) по запросу Краснодарского УФАС России (исх. № 17235/7 от 26.09.2014), в примерную тематику и (или) специализацию газеты «ПРО КРОВЛЮ» входит обзор строительного и кровельного рынка, размещение рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама вышеуказанного содержания, размещенная в газете «ПРО КРОВЛЮ», выпуск № 1 за июль месяц 2014, распространена с нарушением ст.

16 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламе отсутствует пометка «реклама» или «на правах рекламы» и нарушено ограничение до сорока процентов объема рекламы от общего объема издания.

Согласно ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ст. 16 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно свидетельству о регистрации СМИ ПИ № ТУ23-01329 от 26.06.2014г. учредителем газеты «PRO КРОВЛЮ» является ООО «Кровельный центр».

Согласно материалам и документам, представленным ООО «Кровельный центр» (вх. № 14690 от 16.12.2014) в Управление, ООО «Кровельный центр» является издателем газеты «PRO КРОВЛЮ». Из договоров, представленных ООО «Кровельный центр» (договор взаимного оказания услуг от 24.06.2014г., заключенный с ООО «ТК «СТАНК», договор взаимного оказания услуг от 23.06.2014, заключенный с ООО «ЮгМеталлКонструкция», договор взаимного оказания услуг от 24.06.2014, заключенный с ООО «ЮгСтройИмпериал» и т.д.), следует, что договоры заключены ООО «Кровельный центр» в лице генерального директора Касьян Г.В. с рекламодателями.

В соответствии с вышеуказанными договорами ООО «Кровельный центр» обязуется оказать следующие услуги: размещать рекламные и рекламно-информационные материалы стороны (п. 1.1), также обязуется разместить в издании рекламный и/или рекламно-информационный материал, форма и содержание которого соответствует оригинал-макету (п. 2.3.2).

Таким образом, рекламодателем рекламы вышеуказанного содержания, распространенной в газете «PRO КРОВЛЮ», выпуск № 1 за июль 2014, на страницах 1, 2, 3, 4, 7, является ООО «Кровельный центр».

В данном случае нарушение установленных Законом требований к рекламе было очевидным для рекламодателя, оказывающего услуги в качестве такового на постоянной основе.

В представленных в Управление объяснениях (вх. № 14690 от 16.12.2014) ООО «Кровельный центр» указало, что нарушение ст. 16 Федерального закона «О рекламе» произошло по вине главного редактора газеты «PRO КРОВЛЮ» <...>.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 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 содержания:

- «Маркировка кровли – гарантия качества... Из чего складывается цена на готовую продукцию?... Кровельный центр – единственный производитель, который реализует продукцию исключительно через собственную сеть филиалов... И наша цель, как производителя и конечного продавца материала, предоставить потребителю возможность самостоятельного выбора материала, цена которого (внимание!) соответствует качеству. Кровли, выполненные из металлочерепицы, «работают» на Кубани уже несколько десятков лет, являясь самым востребованным материалом сегодняшнего дня. Поэтому, чтобы покончить со всей этой неразберихой... «Кровельный центр» начал реализацию своей новой маркетинговой стратегии: «Выбираешь маркированную кровлю – выбираешь качество!»... Основная цель внедрения маркированной кровли – честно и открыто предоставить покупателю полную информацию о приобретаемой продукции...»;

- «... Сегодня «Кровельный центр» - это широко известный бренд. Причем не только в нашем крае, но и на территории всего Южного федерального округа... Мы дорожим своей репутацией. И наш главный постулат – честным быть выгодно! . Вы получаете качественный товар, мы – стабильность. ... Наши секреты заключаются в том, что мы вкладываем большую часть прибыли в самые передовые линии производства кровельных материалов, гарантирующие безупречное качество, и расширяем сеть филиалов, что позволяет «Кровельному центру» наиболее полно удовлетворять Ваши потребности, поддерживая спрос и сохраняя ваше доверие...»;

- «Фирменный почерк. ... Сегодня рынок строительных материалов настолько широк и многообразен, что среди производителей кровельных материалов наметилась выраженная тенденция к конкурентной борьбе.... Стратегия продаж «Кровельного центра» в корне отличается от маркетинговой политики наших действующих конкурентов-производителей в южном регионе, да и, наверное, большинства переработчиков стали с покрытием в России... «Кровельный центр был и остается узкоспециализированным предприятием по производству и продаже кровельных материалов. Наша главная стратегия как розничного продавца – доступность к клиенту, или так называемое «короткое плечо». «Кровельный центр» делает все, чтобы доставить потребителю необходимый товар в комфортной для него зоне доступности... Наша главная цель – сделать безукоризненное обслуживание в «Кровельном центре» фирменным знаком компании.»;

- «7 раз спроси, или советы профессионалов. Итак, перед дядей Колей обозначилась серьезная проблема, проблема выбора... И он отправился в один из филиалов «Кровельного центра». Он уже покопался в Интернете..., и теперь направил свои стопы к зданию, выкрашенному в фирменный бело-синий цвет с ярко-красными буквами: «Кровельный центр»... Поэтому, прежде чем совершить покупку кровельных материалов следует: 1. Составить схему кровли с реальными размерами... 2. Обязательно нужно попросить у продавца кровли счет за оплату... 3. Обращайте внимание на то, может ли компания... 4. При покупке кровельных материалов необходимо выяснить толщину листа, который служит основой металлочерепицы... 5. При выборе цвета будущей кровли... 6.... Подытожим: Познакомившись с этой бесценной для каждого начинающего строителя информацией, дядя Коля сделал для себя главный выбор: «Буду закупать все в



«Кровельном центре»... Особенно ему импонировали две вещи: письменная гарантия качества и гостовская маркировка. Словом проблема выбора была решена...»;

«Факты и цифры Краснодарский «Кровельный центр» - специализированное предприятие по производству и продаже стальных кровельных и стеновых материалов в Южном федеральном округе. География компании охватывает весь Краснодарский край, а также Республику Адыгея. Имеются филиалы в Ставропольской крае и Ростовской области. Сегодня уже работают 77 филиалов... 100 тысяч тонн проката в год... более 70 миллионов квадратных метров кровли «Кровельный центр» произвел за 12 лет... Кроме того, выпускаются сэндвич-панели, металлический сайдинг, обрешеточный и стеновой профиль, термопрофиль, металлопластиковые изделия, мобильные и быстровозводимые здания и так далее»;

- «Перед началом монтажных работ и далее... В зависимости от выбранного типа крыши вам понадобятся различные доборные материалы, которые вы сможете купить в «Кровельном центре», проконсультировавшись с нашими специалистами... Обычно монтажная бригада все замеры осуществит самостоятельно, ... Хранение... Начинаем... Гидроизоляция... Утепляем кровлю...

- «Инвестгосстрах Жилой комплекс «Империал» страховка бесплатно, подробности по телефону 204-01-01 проектная декларация на сайте: [www.imperialgorod.ru](http://www.imperialgorod.ru) ЗАО АСК «Инвестстрах» акция действует с 1 июня по 31 августа 2014 года ЮгСтройИмпериал строительная компания»;

- «Юг Металл Конструкция строительные и промышленные металлоконструкции; грузоподъемное оборудование и краны; мостовые металлоконструкции; сварные балки. (861) 277-77-00»;

- «Станк аренда спецтехники, краны манипуляторы мехруки автокраны самосвалы экскаваторы мини экскаваторы бульдозеры 8(918) 487-70-70, 8(861) 214-32-52»;

- «ROCKWOOL новое поколение утеплителя скандинавское качество для вашего дома в продаже в Кровельном центре»;

- «Duck Dog традиционное английское качество всегда в наличии в кровельном центре английский флюгер ручной работы от компании... -это отличное качество для Вашего дома и хороший подарок Вашим близким! Новинкой 2014 года стала серия ВиндВуду (Флюгер Дымник). Флюгер – дымник – это поворотное-вытяжное устройство, предназначенное для установки на вытяжных отопительных, вентиляционных, каминных и печных трубах с целью защиты и усиления тяги»;

- «Как надежно установить мансардные окна? Фирменное решение VELUX – комплекты для гидро- и теплоизоляции (BDX)... Комплект пароизоляции... спрашивайте в филиалах Кровельного центра 10 лет гарантия»;

- «URSA TERRA надежная изоляция для профессионального домостроения [www.ursa.ru](http://www.ursa.ru) в наличии во всех филиалах кровельного центра», поскольку в ней нарушены требования ст. 16 Федерального закона «О рекламе», а именно: отсутствует пометка «реклама» или «на правах рекламы», не соблюдены

требования по объему размещенной в газете рекламы.

2. Выдать ООО «Кровельный центр» (адрес: 350033, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Ставропольская, д. 75; ИНН: 2309095474; ОГРН: 1052304985479; дата внесения записи в ЕГРЮЛ: 25.11.2011) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

**Решение изготовлено в полном объеме 26 декабря 2014 года.**

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

## **ПРЕДПИСАНИЕ**

### **О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

### **РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

**26 декабря 2014 г.**

**г. Краснодар**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – Оберемок Виктория Викторовна - заместитель руководителя, начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Члены Комиссии:

Голубцова О.В. – заместитель начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Нудной Н.С. – главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Тимошенко А.В. – специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения от 26.12.2014г. по делу № 320 Р/2014 о признании ненадлежащей рекламы, распространенной в газете «ПРО КРОВЛЮ», выпуск № 1 за сентябрь 2014г. на страницах 1, 2, 3, 4 и 7 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 «PRO КРОВЛЮ» (.....) **в течение двух месяцев** с момента получения предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: привести в соответствие с требованиями ст. 16 Федерального закона «О рекламе» рекламу содержания:

- «Маркировка кровли – гарантия качества... Из чего складывается цена на готовую продукцию?... Кровельный центр – единственный производитель, который реализует продукцию исключительно через собственную сеть филиалов... И наша цель, как производителя и конечного продавца материала, предоставить потребителю возможность самостоятельного выбора материала, цена которого (внимание!) соответствует качеству. Кровли, выполненные из металлочерепицы, «работают» на Кубани уже несколько десятков лет, являясь самым востребованным материалом сегодняшнего дня. Поэтому, чтобы покончить со всей этой неразберихой... «Кровельный центр» начал реализацию своей новой маркетинговой стратегии: «Выбираешь маркированную кровлю – выбираешь качество!»... Основная цель внедрения маркированной кровли – честно и открыто предоставить покупателю полную информацию о приобретаемой продукции...»;

- «... Сегодня «Кровельный центр» - это широко известный бренд. Причем не только в нашем крае, но и на территории всего Южного федерального округа... Мы дорожим своей репутацией. И наш главный постулат – честным быть выгодно! . Вы получаете качественный товар, мы – стабильность. ... Наши секреты заключаются в том, что мы вкладываем большую часть прибыли в самые передовые линии производства кровельных материалов, гарантирующие безупречное качество, и расширяем сеть филиалов, что позволяет «Кровельному центру» наиболее полно удовлетворять Ваши потребности, поддерживая спрос и сохраняя ваше доверие...»;

- «Фирменный почерк. ... Сегодня рынок строительных материалов настолько широк и многообразен, что среди производителей кровельных материалов наметилась выраженная тенденция к конкурентной борьбе.... Стратегия продаж «Кровельного центра» в корне отличается от маркетинговой политики наших действующих конкурентов-производителей в южном регионе, да и, наверное, большинства переработчиков стали с покрытием в России... «Кровельный центр был и остается узкоспециализированным предприятием по производству и продаже кровельных материалов. Наша главная стратегия как розничного продавца – доступность к клиенту, или так называемое «короткое плечо». «Кровельный центр» делает все, чтобы доставить потребителю необходимый товар в комфортной для него зоне доступности... Наша главная цель – сделать безукоризненное обслуживание в «Кровельном центре» фирменным знаком компании.»;

- «7 раз спроси, или советы профессионалов. Итак, перед дядей Колей обозначилась серьезная проблема, проблема выбора... И он отправился в один из филиалов «Кровельного центра». Он уже покопался в Интернете..., и теперь направил свои стопы к зданию, выкрашенному в фирменный бело-синий цвет с

ярко-красными буквами: «Кровельный центр»... Поэтому, прежде чем совершить покупку кровельных материалов следует: 1. Составить схему кровли с реальными размерами... 2. Обязательно нужно попросить у продавца кровли счет за оплату... 3. Обращайте внимание на то, может ли компания... 4. При покупке кровельных материалов необходимо выяснить толщину листа, который служит основой металлочерепицы... 5. При выборе цвета будущей кровли... 6.... Подытожим: Познакомившись с этой бесценной для каждого начинающего строителя информацией, дядя Коля сделал для себя главный выбор: «Буду закупать все в «Кровельном центре»... Особенно ему импонировали две вещи: письменная гарантия качества и гостовская маркировка. Словом проблема выбора была решена...»;

«Факты и цифры Краснодарский «Кровельный центр» - специализированное предприятие по производству и продаже стальных кровельных и стеновых материалов в Южном федеральном округе. География компании охватывает весь Краснодарский край, а также Республику Адыгея. Имеются филиалы в Ставропольской крае и Ростовской области. Сегодня уже работают 77 филиалов... 100 тысяч тонн проката в год... более 70 миллионов квадратных метров кровли «Кровельный центр» произвел за 12 лет... Кроме того, выпускаются сэндвич-панели, металлический сайдинг, обрешеточный и стеновой профиль, термопрофиль, металлопластиковые изделия, мобильные и быстровозводимые здания и так далее»;

- «Перед началом монтажных работ и далее... В зависимости от выбранного типа крыши вам понадобятся различные доборные материалы, которые вы сможете купить в «Кровельном центре», проконсультировавшись с нашими специалистами... Обычно монтажная бригада все замеры осуществит самостоятельно, ... Хранение... Начинаем... Гидроизоляция... Утепляем кровлю...

- «Инвестгосстрах Жилой комплекс «Империял» страховка бесплатно, подробности по телефону 204-01-01 проектная декларация на сайте: [www.imperialgorod.ru](http://www.imperialgorod.ru) ЗАО АСК «Инвестстрах» акция действует с 1 июня по 31 августа 2014 года ЮгСтройИмпериял строительная компания»;

- «Юг Металл Конструкция строительные и промышленные металлоконструкции; грузоподъемное оборудование и краны; мостовые металлоконструкции; сварные балки. (861) 277-77-00»;

- «Станк аренда спецтехники, краны манипуляторы мехруки автокраны самосвалы экскаваторы мини экскаваторы бульдозеры 8(918) 487-70-70, 8(861) 214-32-52»;

- «ROCKWOOL новое поколение утеплителя скандинавское качество для вашего дома в продаже в Кровельном центре»;

- «Duck Dog традиционное английское качество всегда в наличии в кровельном центре английский флюгер ручной работы от компании... -это отличное качество для Вашего дома и хороший подарок Вашим близким! Новинкой 2014 года стала серия ВиндВуду (Флюгер Дымник). Флюгер – дымник – это поворотное-вытяжное устройство, предназначенное для установки на вытяжных отопительных, вентиляционных, каминных и печных трубах с целью защиты и усиления тяги»;

- «Как надежно установить мансардные окна? Фирменное решение VELUX – комплекты для гидро- и теплоизоляции (BDX)... Комплект пароизоляции... спрашивайте в филиалах Кровельного центра 10 лет гарантия»;

- «URSA TERRA надежная изоляция для профессионального домостроения [www.ursa.ru](http://www.ursa.ru) в наличии во всех филиалах кровельного центра, указав в рекламе пометку «реклама» или пометку «на правах рекламы», в том числе, привести в соответствие, согласно требованиям ст. 16 Федерального закона «О рекламе», объем размещаемой в газете «ПРО КРОВЛЮ» рекламы (объем рекламы в периодических печатных изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодического печатного издания), либо снять ненадлежащую рекламу с распространения.

2. ООО «Кровельный центр» письменно уведомить Краснодарское УФАС России об исполнении пункта 1 настоящего предписания **в течение пяти дней** с момента исполнения предписания с приложением соответствующих доказательств (очередного номера газеты «ПРО КРОВЛЮ»).

В соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе или законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа об отмене либо изменении противоречащего законодательству Российской Федерации о рекламе акта федерального органа исполнительной власти, акта органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации или акта органа местного самоуправления – влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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