

РЕШЕНИЕ

«22» января 2008 г.
Новосибирск

г.

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

председатель Комиссии – Лопаткина Т.В.,

члены Комиссии – Камнева Н.П., Волохина И.В., Ахметзянова И.Р.,

рассмотрев дело № 48 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы, содержащей несоответствующие действительности сведения об изготовителе рекламируемой продукции, что указывает на нарушение п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителей:

заявителя – филиала по Сибирскому федеральному округу ФГУ «Федеральный лицензионный центр при Росстрое», <...> (доверенность),

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – общество с ограниченной ответственностью «ПремьерСтрой» (630082, ул. Дуси Ковальчук, 177), <...> (доверенность),

УСТАНОВИЛА

8 октября 2007 г. в адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление (вх. № 4267) от Сибирского окружного филиала Федерального Государственного учреждения «Федеральный лицензионный центр при Росстрое» (ФЛЦ) по факту ненадлежащей рекламы: «ПремьерСтрой. Окна 9000*12400*14500* «под ключ». Балконы. Ворота. Кредит на месте. Пр. Маркса 2 оф. 415 тел. <...>», размещенной в газете «Левобережный навигатор» № 35 от 28 сентября 2007 г.

По мнению заявителя, на осуществление рекламируемых работ (услуг) требуется наличие лицензии. В соответствии с Положением о лицензировании деятельности по строительству зданий и сооружений I и II уровней ответственности в соответствии с государственным стандартом (утв. Постановлением Правительства РФ от 21 марта 2002 г. № 174), указанная деятельность включает выполнение строительно-монтажных работ, в том числе общестроительных, отделочных, санитарно-технических, специальных и монтажных работ, а также выполнение работ по ремонту зданий и сооружений, пусконаладочных работ и функций заказчика-застройщика (абз. 2, п.1 Положения).

По данным заявителя в филиале по Сибирскому федеральному округу ФГУ ФЛЦ отсутствуют сведения о предоставлении лицензии «ПремьерСтрой», что указывает

на наличие нарушения ч. 7 ст. 7 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – закон о рекламе), согласно которому не допускается реклама товара, на производство и (или) реализацию которого требуется получение лицензии, при отсутствии такой лицензии.

На Комиссии Новосибирского УФАС России представитель заявителя подтвердил свои доводы.

Новосибирским УФАС России была проведена проверка, в результате которой установлено следующее.

Согласно представленным материалам от ЗАО «Дельта-АН» (газета «Левобережный навигатор») и ООО РА «Парус» (договор на рекламно-информационное обслуживание от 15 января 2007 г.), заказчиком размещения рассматриваемой рекламы является ООО «ПремьерСтрой», что подтверждается договором № 190 от 3 апреля 2007 г., согласованным макетом рекламы, счетом № 839 от 25 сентября 2007 г., платежным поручением № 103 от 30.10.2007 г., актом № 00000874 от 28 сентября 2007 г.

В соответствии с п.5 ст.3 закона о рекламе, изготовитель или продавец товара либо лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы, является рекламодателем. Таким образом, в данном случае рекламодателем выступает ООО «ПремьерСтрой».

Новосибирским УФАС России был направлен запрос ООО «ПремьерСтрой» о предоставлении документального подтверждения осуществляемых им видов деятельности, на что ООО «ПремьерСтрой» указало на следующие виды деятельности: розничная и оптовая продажа строительных материалов – оконные и дверные блоки, конструкции для остекления балконов и лоджий с полной комплектацией (подоконники, оконные отливы, материалы для отделки откосов, и др.) (вх. № 4770 от 6 ноября 2007г.). По мнению ООО «ПремьерСтрой», в рекламе, опубликованной в газете «Левобережный навигатор», компания предлагала клиентам приобрести изделия (пластиковые окна, алюминиевые балконы и т.п.) с полной комплектацией: подоконники, оконные отливы, материалы для отделки откосов, и др. (вх. № 5240 от 29 ноября 2007 г.).

Таким образом, ООО «ПремьерСтрой» фактически не выполняет работы, подлежащие лицензированию: на реализацию рекламируемого товара (розничная и оптовая продажа строительных материалов) получение лицензии не требуется, следовательно, факт нарушения ч. 7 ст. 7 закона о рекламе материалами дела не подтвердился.

Современный экономический словарь. (Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 495 с. - (Б-ка словарей "ИНФРА-М") - Интернет версия) при определении понятия «под ключ» ссылается на термин «контракт «под ключ», т.е. контракт, предусматривающий возведение и ввод в эксплуатацию полностью готового объекта контрагентом заказчика (контрактантом), принявшим на себя работы по сдаче объекта. Таким образом, использование в рекламе термина «под ключ» предполагает предложение полного комплекса услуг (работ) по замене и установке окон: изготовление изделия, демонтаж старого окна, монтаж изделия, установка подоконника, восстановление внутренних откосов, установка внешнего отлива,

герметизация внешних швов.

Учитывая вышеизложенное, рекламодатель в рассматриваемой рекламе предлагает комплекс работ (услуг), который фактически им не оказывается. Таким образом, реклама: «ПремьерСтрой. Окна 9000*12400*14500*«под ключ». Балконы. Ворота. Кредит на месте. Пр. Маркса 2 оф. 415 тел. 212-90-84, 331-19-13», размещенной в газете «Левобережный навигатор» № 35 от 28 сентября 2007 г., содержит несоответствующие действительности сведения о продавце рекламируемого товара, что нарушает п.20 ч.3 ст.5 закона о рекламе, в соответствии с которым реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара, признается недостоверной. Недостоверная реклама не допускается (ч. 1 ст.5 закона о рекламе).

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства о рекламе, признается ненадлежащей (п.4 ст.3 закона о рекламе).

Ответственность за нарушение ч.3 ст.5 закона о рекламе несет рекламодатель (ч. 6 ст. 38 закона о рекламе), в данном случае – ООО «ПремьерСтрой».

На Комиссии Новосибирского УФАС России представитель ООО «ПремьерСтрой» не согласился с нарушением п.20 ч.3 ст.5 закона о рекламе и приобщил к материалам дела заключение специалистов о проведении лингвистического исследования: анализ значения выражения «окна под ключ», содержащегося в рассматриваемом рекламном объявлении. Согласно данному заключению выражение «окна под ключ» имеет значение «полностью готовые окна, окна в полной готовности»; данное выражение не является устойчивым словосочетанием в современном русском языке, поэтому не допускает однозначной интерпретации. В заключении указано, что: «выражение «окна под ключ» может пониматься носителями языка как «окна, полностью готовые к дальнейшей эксплуатации» или же как «окна, готовые к последующей установке (т.е. окна с полной комплектацией, как целостный объект)». Ссылаясь на данное заключение специалистов, представитель ООО «ПремьерСтрой» настаивает именно на употреблении в рассматриваемой рекламе выражения «окна под ключ» именно в значении «окна, готовые к последующей установке».

Комиссия приняла во внимание представленное заключение специалистов, однако не согласилась с представителем ООО «ПремьерСтрой» на основании следующего. В заключении указано, что употребление данного выражения в рассматриваемом рекламном объявлении не даёт полной информации о самом характере «готовности» объекта, поэтому это выражение может быть истолковано неоднозначно. В рекламе отсутствует полная информация, например, пометка «без монтажа». Двусмысленность интерпретации данного выражения может ввести потребителей в заблуждение относительно того, готово ли окно «к эксплуатации» или же готово только «к установке». Общераспространенная практика использования данного выражения соответствует значению «полностью готовый объект», «готово к использованию, к эксплуатации». Кроме того, в основе Федерального закона «О рекламе» лежит принцип реализации прав потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.

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 рекламу: «ПремьерСтрой. Окна 9000*12400*14500*«под ключ». Балконы. Ворота. Кредит на месте. Пр. Маркса 2 оф. 415 тел. <...>», размещенную в газете «Левобережный навигатор» № 35 (441) от 28 сентября 2007 г., ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе».

2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «ПремьерСтрой» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ 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 «25» января 2008 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии
Лопаткина

Т.В.

Члены Комиссии

Н.П. Камнева

И.В. Волохина

И.Р.

Ахметзянова

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«22» декабря 2008 г.

г. Новосибирск

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

председатель Комиссии – Лопаткина Т.В.,

члены Комиссии – Камнева Н.П., Волохина И.В., Ахметзянова И.Р.,

на основании своего решения от 22 января 2008 г. по делу № 48 о признании ненадлежащей рекламы: «ПремьерСтрой. Окна 9000*12400*14500*«под ключ». Балконы. Ворота. Кредит на месте. Пр. Маркса 2 оф. 415 тел. <...>», размещенной в газете «Левобережный навигатор» № 35 (441) от 28 сентября 2007 г., и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ

1. Обществу с ограниченной ответственностью «ПремьерСтрой» (630082, г. Новосибирск, ул. Дуси Ковальчук, 177) в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: не допускать распространение рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара, т.е. с нарушением п. 20 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Обществу с ограниченной ответственностью «ПремьерСтрой» (630082, г. Новосибирск, ул. Дуси Ковальчук, 177) представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 15 февраля 2008 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 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 трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии
Лопаткина

Т.В.

Члены Комиссии

Н.П. Камнева

И.В. Волохина

