

РЕШЕНИЕ

15 апреля 2010 года

г. Пенза, ул.Урицкого, 127

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

Председатель Комиссии:

Авдеев А.И. – руководитель территориального управления

Члены Комиссии:

Володин В.А.- начальник отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы,

Кузьмина М.В.- главный специалист-эксперт отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы, рассмотрев дело № 3-01/08-2010 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 1 пункта 2 пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии представителей:

индивидуального предпринимателя Копейкина Р.В.;

Котова Н.А. – исполнительный директор ООО «Омега».

УСТАНОВИЛА:

29.03.2010 в Пензенское УФАС России поступили материалы, представленные Прокуратурой Сердобского района Пензенской области по заявлениям индивидуальных предпринимателей Гуревича Д.А. и Минюшкина Р.А.

Из представленных материалов следует, что с 26 декабря 2009 года по 05 января 2010 года по кабельному телевидению г.Сердобска транслировался рекламный ролик следующего содержания: «Обзор цен на двухстворчатые окна размером 1.3x1.3 метра. 1)энергосберегающее стекло 2)пятикамерный профиль 3)маскитная сетка 4)подоконники 5)монтаж 6)отлив. Евродом 8300-8900 руб. Оконный центр VEKA 8900-9500 руб. VEKA т.ц. Пичугин 9200-9700 руб. Стройдом 9500-10000 руб».

Заявители и.п.Гуревич Д.А. и и.п. Минюшкин Р.А. утверждают, что указанные в рекламе цены не соответствуют действительности. Стандартное окно практически никто не заказывает, его размер хотя бы на несколько сантиметров, но будет отличаться. Много зависит от комплектации заказа, от стоимости и количества стеклопакетов (двойное, одинарное). С каждым клиентом ведется индивидуальная работа и устанавливается индивидуальная цена, которая не подлежит сравнению. Более того, применяется 23%-30% -ная скидка на профиль окна VEKA, которая не учтена при создании рекламного ролика. Индивидуальные предприниматели указали, что ни кабельное телевидение, ни представители компании «Евродом» не обращались к ним за информацией о ценах на пластиковые окна.

На рассмотрение дела Котов Н.А. заявил, что по просьбам покупателей пластиковых окон и телезрителей Сердобского телевидения была составлена обзорная справка цен ведущих компаний-продавцов нашего города на пластиковые оконные конструкции. Данная информация транслировалась с 26 декабря 2009г. по 05 января 2010г. Рекламодателем являлся индивидуальный предприниматель Копейкин Р.В.

Индивидуальный предприниматель Копейкин Р.В. (компания «Евродом») на рассмотрении дела сообщил, что мониторинг цен на пластиковые окна был осуществлен по телефонному опросу.

Изучив представленные документы, заслушав и исследовав доводы лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу:

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее ФЗ «О рекламе»), рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с пунктом 1 частью 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 2 частью 3 статьи 5 ФЗ «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, назначения, 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.

В соответствии с пунктом 3 частью 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»: рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламодателем вышеуказанной рекламы является индивидуальный предприниматель Копейкин Р.В. (договор на размещение рекламы на телеканале «Новости Сердобска» №2 от 25.12.2009).

Комиссия посчитала, что в данном случае, индивидуальный предприниматель Копейкин Р.В. сравнивая цены на пластиковые окна в рекламном ролике, заявил о преимуществах компании «Евродом» перед другими компаниями, занимающимися установкой пластиковых окон.

Кроме того, в материалах дела имеются договоры И.П.Гуревича Д.А., И.П. Минюшкина Р.А. на установку пластиковых окон с указанием цен. Цены в договорах не соответствуют ценам, указанным в рекламе.

Также, индивидуальные предприниматели указали, что ни кабельное телевидение, ни представители компании «Евродом» не обращались к ним за информацией о ценах на пластиковые окна.

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что индивидуальный предприниматель Копейкин Р.В. нарушил требования пункта 1 пункта 2 пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В силу части 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями,

рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламодатель.

Руководствуясь частью 2 пункта 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 пластиковых окон, транслирующуюся с 26 декабря 2009 года по 05 января 2010 года по кабельному телевидению г. Сердобска, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 пункта 2 пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю Копейкину Р.В. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Решение изготовлено в полном объеме 16 апреля 2010 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

15 апреля 2010г.

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

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

Председатель Комиссии:

Авдеев А.И. – руководитель территориального управления

Члены Комиссии:

Володин В.А. - начальник отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы,

Кузьмина М.В. - главный специалист-эксперт отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы,

на основании своего решения от 15 апреля 2010г. по делу № 3-01/08-2010 о признании ненадлежащей рекламы пластиковых окон индивидуального предпринимателя Копейкина Р.В., транслировавшейся с 26 декабря 2009 года по 05 января 2010 года по кабельному телевидению г. Сердобска и 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. Индивидуальному предпринимателю Копейкину Р.В. в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: привести в соответствие с законодательством, рекламу пластиковых окон распространяемую иными способами (пункт 1 пункт 2 пункт 4 часть 3 статья 5 Федерального закона «О рекламе»).

2. Индивидуальному предпринимателю Копейкину Р.В. представить в Пензенское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 17.05.2010г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Пензенское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить штраф на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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