

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,

ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы;

специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

рассмотрев дело №22 по признакам нарушения ООО «Соц<.....>», ООО «Мой <.....>», ООО «Мас<.....>», ООО «Р<.....>» пункта 4 части 2 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

#### **УСТАНОВИЛА:**

30 ноября 2016 года в Забайкальское УФАС России поступила информация Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Забайкальскому краю о ненадлежащей рекламе ООО «Социальные окна», с приложением акта проверки № 078-<.....> от 28. <.....>года.

Кроме того, в адрес Забайкальского УФАС России поступали устные и письменные жалобы о нарушении законодательства РФ о рекламе граждан, в том числе жалобы Сел<.....>. (вх. № 59<.....> от 13. <.....>года), Бал<.....>. (вх. № 54<.....> от 14. <.....>года).

09 декабря 2016 года ООО «Гер<.....>» предоставило запись ролика рекламы «Соц<.....>», который распространяется в региональном эфире телевизионных каналов «Первый», «Россия-1», «Пятый канал», следующего содержания: «СОЦИАЛЬНЫЕ ОКНА. Отличное качество по доступным ценам от производителя. С 1 сентября по 1 декабря 2016 г. для жителей г. Читы и Забайкальского края осуществляется программа по льготной замене пластиковых окон и балконов на новые при поддержке администрации ООО «Соц<.....>». Скидки достигают 50 %. Тел 50-24-21 50-24-22. ТЦ «<.....>», г. Чита, ул. Ч<.....>, 149, офис 301, - Рассрочка без % - гарантия 15 лет - Заключаем договора на дому \* социальные окна - название акции. ТЦ <.....>г. Чита. Рассрочку предоставляет ООО «Соц<.....>», первоначальный взнос - 50 %, рассрочка предоставляется сроком до 3-х месяцев». Подробности по тел.: (3022) 50-<.....>».

Определением от 15.12.2016 Забайкальским УФАС России возбуждено дело №22 в отношении ООО «Соц<.....>» и ООО «Мой <.....>» по признакам нарушения пункта 4 части 2 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Дело рассматривалось в заседаниях от 20.01.17, 20.02.17, 14.03.17, 04.04.17, 24.04.17.

Определением от 04.04.2017 Комиссия Забайкальского УФАС привлекла к участию в деле в качестве лиц, в действиях которых также содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе ООО «Р<.....>» и ООО «Мас<.....>».

ООО «Соц<.....> окна», ООО «Мой <.....>», ООО «Р<.....>», ООО «Мас<.....>» на рассмотрение дела №22 не направляли своих представителей и не представляли документов и письменных пояснений.

В деле имеются доказательства надлежащего извещения указанных лиц о рассмотрении дела №3 Комиссией Забайкальского УФАС России. Определение о возбуждении дела №22 и последующие документы неоднократно направлялись ООО «Соц<.....>», ООО «Мой <.....>», ООО «Р<.....>», ООО «Мас<.....>» по их юридическим адресам, указанным в выписке из ЕГРЮЛ.

В соответствии с пунктом 1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 30 июля 2013 г. № 61 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с достоверностью адреса юридического лица» при разрешении споров, связанных с достоверностью адреса юридического лица, следует учитывать, что в силу [подпункта «в» пункта 1 статьи 5](#) Федерального закона от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (далее - Закон) адрес постоянно действующего исполнительного органа юридического лица (в случае отсутствия постоянно действующего исполнительного органа юридического лица - иного органа или лица, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности) отражается в едином государственном реестре юридических лиц (далее - ЕГРЮЛ) для целей осуществления связи с юридическим лицом.

Юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, поступивших по его адресу, указанному в ЕГРЮЛ, а также риск отсутствия по этому адресу своего представителя, и такое юридическое лицо не вправе в отношениях с лицами, добросовестно полагавшимися на данные ЕГРЮЛ об адресе юридического лица, ссылаться на данные, не внесенные в указанный реестр, а также на недостоверность данных, содержащихся в нем (в том числе на ненадлежащее извещение в ходе рассмотрения дела судом, в рамках производства по делу об административном правонарушении и т.п.), за исключением случаев, когда соответствующие данные внесены в ЕГРЮЛ в результате неправомερных действий третьих лиц или иным путем помимо воли юридического лица ([пункт 2 статьи 51](#) Гражданского кодекса Российской Федерации; далее - ГК РФ).

Таким образом, Комиссия Забайкальского УФАС России считает, что ООО «Соц<.....>», ООО «Мой <.....>», ООО «Р<.....>», ООО «Мас<.....>» надлежащим образом уведомлены о рассмотрении дела №22 антимонопольным органом.

Комиссия Забайкальского УФАС России, оценив имеющиеся в материалах дела документы, пришла к следующим выводам.

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.

Объектом рекламирования в данном случае являются социальные окна и акция.

В силу названных норм Закона о рекламе 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 обозначенного товара на рынке. Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой является реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Определением от 15.12.2016 дело №22 было возбуждено по признакам нарушения пункта 4 части 2 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе. В ходе рассмотрения дела Комиссия установила также наличие признаков нарушения пунктов 2, 6 части 3 статьи 5 Закон 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 № 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».

Действия ООО «Соц<.....>», ООО «Мас<.....>», ООО «Мой <.....>», ООО «Р<.....>» являющимися хозяйствующими субъектами, направлены на получение преимуществ в предпринимательской деятельности. Реклама, размещенная в региональном эфире телеканалов «Первый», «Пятый канал», «Россия-1», способна предоставить указанным хозяйствующим субъектам необоснованные преимущества в предпринимательской деятельности, поскольку указанная выше реклама содержит признаки недостоверной рекламы.

В соответствии с пунктом 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда

Российской Федерации от 08 октября 2012 № 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.

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.

Рассматриваемая реклама, содержит словосочетание «Социальные окна».

Исходя из положений Федерального закона от 28 декабря 2013 г. № 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.

Из материалов, представленных в Забайкальское УФАС России Управлением Роспотребнадзора по Забайкальскому краю, не следует, 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.

Из материалов, представленных Управлением Роспотребнадзора по Забайкальскому краю, следует, что ООО «Соц<.....>», ООО «Мас<.....>», ненадлежащим образом исполняют взятые на себя гражданско-правовые обязательства.

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.

Согласно копии договора на оказание услуг ООО «Мас<.....>», представленной Сел<.....>. в материалы дела, указаний на предоставление каких-либо льгот и особых социальных условий для определенной категории граждан не имеется. 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 «Соц<.....>», ООО «Мой <.....>» и ООО «Мас<.....>», принадлежности к социально ориентированному предприятию, предоставлении льгот.

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

В рекламе содержится информация о гарантийных обязательствах: «гарантия 15 лет».

В соответствии с пунктом 2.1. копии договора розничной купли-продажи №Б<.....>, заключенного между ООО «Соц<.....>» и Сел<.....>., гарантийный срок составляет 10 лет, что является меньше срока гарантии, заявленного в рекламе. Тот же срок установлен договором розничной купли-продажи №А12<.....> от 30. <.....>, заключенным между ООО «Мас<.....>» и Бал<.....>

В силу пункта 6 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения. 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.

Описанные действия способны причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам.

Данная реклама является актом недобросовестной конкуренции, что запрещено в соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 Закона о 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.

Таким образом, реклама «Соц<.....>» нарушает требования пункта 4 части 2, пунктов 2, 6 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закон о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 Закона о рекламе.

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.

Первоначально Забайкальским УФАС России в качестве рекламодателей были определены: ООО «Соц<.....>» и ООО «Мой <.....>».

ООО «Мой <.....>» и ООО «Р<.....>» заключены договоры с ООО «Гер<.....>» от 10. <.....> на оказание услуг по размещению рекламно-информационных материалов в телепрограммах. Предметом договоров является следующее: Исполнитель (ООО «Гер<.....>») оказывает услуги на выбор по размещению рекламно-информационных материалов Заказчика (ООО «Мой <.....>» и ООО «Р<.....>») в региональном эфире телеканалов «Первый» и/или в эфире телевизионного канала «Пятый канал» и/или в эфире телевизионного канала «Россия-1», а Заказчик обязуется оплатить предоставленные услуги в порядке, предусмотренном договором.

ООО «Гер<.....>» представлены медиапланы ООО «Соц<.....>» за сентябрь, октябрь, ноябрь 2016 года, эфирные справки за сентябрь, октябрь, ноябрь 2016 года, акты выполненных работ за сентябрь, октябрь, ноябрь 2016 года.

Согласно представленным эфирным справкам за сентябрь 2016 г. реклама «Социальные окна» распространялась на телеканалах «Первый канал», «Россия-1» г. Чита со 02.09.2016 по 30.09.2016. В соответствии с эфирными справками за октябрь 2016 г. реклама «Социальные окна» распространялась на телеканалах «Россия-1», «Первый канал г. Чита с 01.10.2016 по 31.10.2016. В соответствии с эфирными справками за ноябрь 2016 г. реклама «Соц<.....>» распространялась на телеканалах «Россия-1», «Первый канал» г. Чита с 03.11.2016 по 30.11.2016.

ООО «Гер<.....>» представлены акты №000679 от 14.09.2016, №000718 от 27.09.2016, №000841 от 01.11.2016, в соответствии с которыми, заказчиком является ООО «Р<.....>».

ООО «Гер<.....>» представлена копия письма ООО «Соц<.....>» директору ООО «Гер<.....>», в соответствии с которым, денежные средства, поступающие от ООО «Соц<.....>» считать оплатой по договору с ООО «Р<.....>» от 10. <.....> в счет оплаты рекламных услуг.

Таким образом, ООО «Мой <.....>», ООО «Р<.....>», ООО «Соц<.....>» являются рекламодателями.

Комиссия Забайкальского УФАС России установила, что реклама «Соц<.....>» распространялась в том числе в интересах лиц, которые непосредственно осуществляли заявленную в рекламе деятельность - замену пластиковых окон и балконов на новые и заключение договоров - ООО «Соц<.....>» и ООО «Мас<.....>».

ООО «Соц<.....>» заключен договор розничной купли-продажи Б8<.....> от 28. <.....> с Сел<.....>. Предметом договора является следующее: продавец обязуется передать в собственность, а покупатель уплатить покупную цену и принять продукцию (далее «Товар») для бытовых нужд, наименование, количество, ассортимент и цена которого установлены в Приложении №1, являющейся неотъемлемой частью договора. Согласно представленным копиям квитанций: ООО «Соц<.....>» 28. <.....> принята от Сел<.....> предоплата в размере 10 000 рублей за окна ПВХ.

12.10.2016 ООО «Мас<.....>» принята оплата - 11500 рублей за окна ПВХ от Сел<.....>

ООО «Мас<.....>» заключен договор №А 12<.....> от 30. <.....>с Бал<.....>. Предметом договора является следующее: продавец обязуется передать в собственность, а покупатель уплатить покупную цену и принять продукцию (далее «Товар») для бытовых нужд, наименование, количество, ассортимент и цена которого установлены в Приложении №1, являющейся неотъемлемой частью договора. В Приложении №1 к договору указано: «Дата замера: 27. <.....>, заказчик - Бал<.....>. изделие из профиля - остекление балкона алюминием; продавец: ООО «Соц<.....>». Согласно представленным копиям квитанций ООО «Мас<.....>» принята от Бал<.....>. оплата за окна ПВХ в размере 18350 рублей (23.07.2015) и аванс в размере 9000 рублей (30.06.2015).

Комиссия пришла к выводу о том, что реклама «Соц<.....>» была размещена, в том числе, в интересах ООО «Мас<.....>». Следовательно, ООО «Мас<.....>» является рекламодателем.

Таким образом, рекламодателями являются ООО «Мас<.....>», ООО «Соц<.....>», ООО «Мой <.....>», ООО «Р<.....>».

Согласно выписке с сайта ФНС России от 25. <.....>ООО «Мас<.....>» прекратило свою деятельность в связи с ликвидацией юридического лица, о чем сделана запись в выписке ЕГРЮЛ Инспекцией Федеральной налоговой службы.

В соответствии со статьей 61 Гражданского Кодекса Российской Федерации ликвидация юридического лица влечет его прекращение без перехода в порядке универсального правопреемства его прав и обязанностей к другим лицам.

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, распространенную в региональном эфире телеканалов «Первый», «Пятый канал», «Россия-1», следующего содержания:**  
«СОЦИАЛЬНЫЕ ОКНА. Отличное качество по доступным ценам от производителя. С 1 сентября по 1 декабря 2016 г. для жителей г. Читы и Забайкальского края осуществляется программа по льготной замене пластиковых окон и балконов на новые при поддержке администрации ООО «Соц<.....>». Скидки достигают 50 %. Тел 50-24-21 50-24-22. ТЦ «<.....>», г. Чита, ул. Чкалова, 149, офис 301, - Рассрочка без % - гарантия 15 лет - Заключаем договора на дому \* социальные окна - название акции. ТЦ Ликерка плаза г. Чита. Рассрочку предоставляет ООО «Соц<.....>», первоначальный взнос - 50 %, рассрочка предоставляется сроком до 3-х месяцев». Подробности по тел.: (3022) 50-24-22», **поскольку она нарушает требования установленные пунктом 4 части 2, пунктами 2 и 6 части 3, частью 7 статьи 5 Закона о рекламе.**

2. Признать ООО «Соц<.....>», ООО «Мой <.....>», ООО «Р<.....>», нарушившими

требования, установленные пунктом 4 части 2, пунктами 2 и 6 части 3, частью 7 статьи 5 [Закона](#) о рекламе.

3. Прекратить производство в отношении ООО «Мас<.....>», в связи с ликвидацией юридического лица.

4. Выдать ООО «Соц<.....>», ООО «Мой <.....>», ООО «Р<.....>» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

5. 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: