

ООО «ФАКРО-Р»

107143, г. Москва,
Открытое шоссе, д. 17, к. 1

105318, г. Москва,
ул. Тацкая, д. 5, стр. 2, эт. 5,
офис 307

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № ____
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-429/77-14

«05» августа 2014 года

г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве(____), рассмотрев протокол № А-58 от 30.07.2014 и материалы дела № 4-14.3-429/77-14 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «ФАКРО-Р», в связи с нарушением п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившимся в распространении в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим» рекламы мансардных окон ФАКРО, в которой содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),
в присутствии _____

УСТАНОВИЛ:

ООО «ФАКРО-Р» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1027739332664, ИНН 7718187446, КПП 771801001.

ООО «ФАКРО-Р» распространило в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим» рекламу мансардных окон, в которой используется утверждение «Самое теплое окно на рынке».

Решением Комиссии Московского УФАС России по рассмотрению дела № 3-5-22/77-14 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе от 20.05.2014 в рекламе мансардных окон ФАКРО установлено нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»).

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама — 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Установлено, что каталог товаров ФАКРО, прейскурант рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюра «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим» являются общедоступными для неопределенного круга лиц-потребителей рекламы, в том числе распространяются в свободном доступе в магазинах дистрибьюторов товаров ФАКРО.

Информация, распространенная в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», отвечает всем требованиям рекламы: распространена в рекламно-информационных материалах; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования — товар, средство 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная информация, размещенная в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», направлена на привлечение внимания к производимой ООО «ФАКРО-Р» продукции, а именно к мансардным окнам.

На основании изложенного, информация о мансардных окнах, производимых ООО «ФАКРО-Р», распространенная в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», является рекламой.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «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 п. 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 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. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В спорной рекламе указано, что коэффициент R_0 окна FTT U8 составляет $0,96 \text{ м}^2\text{С}^\circ/\text{Вт}$. В тоже время, согласно сведениям, представленным производителем данного товара, коэффициент теплопередачи мансардного окна FTT U8 составляет $058 \text{ Вт}/\text{м}^2\text{К}$.

Согласно пояснениям ООО «ФАКРО-Р» (вх № 6861 от 06.03.2014) коэффициент теплопередачи в спорной рекламе приведен в соответствии с европейскими стандартами, а разница между указанным в рекламе

коэффициентом и коэффициентом приведенным в документах производителя окон объясняется технической ошибкой. При этом приведенный в рекламе коэффициент теплопередачи указан в соответствии с европейскими стандартами, так как производство данного мансардного окна осуществляется в Польше.

В соответствии с данными ООО «МИНТЕСТ» на территории Российской Федерации коэффициент теплопередачи исчисляется в других единицах измерения согласно ГОСТ 26602.1-99. При пересчете европейского показателя на российский стандарт согласно формулам ГОСТ 26602.1-99, приведенный коэффициент R_0 теплопередачи оконного блока составляет $1,72 \text{ м}^2\text{С}^\circ/\text{Вт}$.

ООО «ФАКРО-Р» в подтверждение достоверности указанного в рекламе утверждения «Самое теплое окна на рынке» в материалы дела № 3-5-22/77-14 также представлено экспертное исследование № 003/05-14, проведенное ФБГУ Научно-исследовательским институтом строительной физики.

В соответствии с названным экспертным исследованием по приведенному сопротивлению теплопередаче, кв.м град./Вт — результат испытаний оконного блока FTT U8 — 1.724.

Как указывалось выше, утверждение «Самое теплое окно на рынке», содержащиеся в спорной рекламе позволяет сделать вывод о том, что в рассматриваемом случае сравнение производится со всеми другими представленными на данном рынке однородными товарами.

В тоже время, какие-либо документы, свидетельствующие о достоверности указанного утверждения ООО «ФАКРО-Р» не представлены.

Представленное ООО «ФАКРО-Р» заключение Ассоциации польских окон и дверей, в соответствии с которым рекламируемое окно является самым теплым окном среди окон, производимых и реализуемых на территории Польши, не может являться доказательством достоверности утверждения «Самое теплое окно на рынке», в связи со следующим.

Распространение спорной рекламы осуществлялось на территории Российской Федерации.

Таким образом, представляется возможным сделать вывод о том, что сравнение в рассматриваемой рекламе товара осуществляется с аналогичными товарами, производимыми или реализуемыми на территории Российской Федерации.

В тоже время, заключение Ассоциации польских окон и дверей, подтверждающее, по мнению ООО «ФАКРО-Р», достоверность утверждения «Самое теплое окно на рынке», использованного в спорной рекламе, содержит следующий вывод: «С тех пор, как мы начали отслеживать польскую строительную-столярную продукцию на европейских рынках, включая Россию и страны СНГ, т. е. с 2011 года — утверждение «мансардное окно FAKRO FTT U8 Termo является самым теплым окном на рынке» было подтверждено исследованиями и никогда не ставилось под сомнение ни одним производителем мансардных окон. Это означает, что эти окна были и остаются

самыми теплыми мансардными окнами на рынке».

Между тем, доказательства проведения Ассоциацией польских окон и дверей каких-либо исследований мансардных окон, на основании которых было выдано рассматриваемое заключение, в материалы дела не представлены и в названном заключении не содержатся.

Само по себе заключение Ассоциации польских окон и дверей, выполненное в виде письма от 25.04.2014, не может быть принято в качестве такого доказательства в связи с тем, что полномочия Ассоциации на выдачу такого рода заключений не подтверждены.

Таким образом, рассматриваемое заключение Ассоциации польских окон и дверей не свидетельствует о достоверности утверждения «Самое теплое окно на рынке», использованного в спорной рекламе, поскольку названное заключение не подтверждено соответствующими доказательствами (протокол испытаний, экспертное заключение и пр.).

Иные документы, подтверждающие проведение сравнительных исследований рекламируемых окон с аналогичными окнами, производимыми либо реализуемыми на территории Российской Федерации, ООО «ФАКРО-Р» не представлены.

Таким образом, в распространенной ООО «ФАКРО-Р» рекламе были использованы не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара, а именно использовано утверждение «Самое теплое окно на рынке» в превосходной степени при отсутствии на то документального подтверждения.

На основании изложенного, при распространении в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», рекламы мансардных окон, в которой используется утверждение «Самое теплое окно на рынке» установлено нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Ответственность за невыполнение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Место совершения административного правонарушения: территория распространения каталога товаров ФАКРО, прейскуранта рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюры «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 09.08.2013 года (в соответствии с платежным поручением № 518 от 09.08.2013 дата оплаты ООО «ФАКРО-Р» заказа на изготовление прейскуранта рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ», содержащего рекламу мансардных окон ФАКРО, в которой было допущено нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе»).

Каталог товаров ФАКРО, прейскурант рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюра «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим» были изготовлены по заказу ООО «ФАКРО-Р» на основании договора № 1202 от 08.07.2010, заключенного между ОАО «Щербинская типография» и ООО «ФАКРО-Р», а также договора № 25/03 от 25.03.2013, заключенного между ООО «АЛГО-ПРИНТ» и ООО «ФАКРО-Р».

Предметом названных договоров является изготовление полиграфической продукции с готовых файлов, предоставленных ООО «ФАКРО-Р».

В соответствии с Уставом ООО «ФАКРО-Р» предметом деятельности Общества в частности является:

- производство на территории России мансардных окон ФАКРО и их элементов, окон-люков, чердачных лестниц и комплектующих (аксессуаров) для мансардных окон;
- торговля на территории России и за ее границами материалами, предлагаемыми ООО «ФАКРО», а в особенности торговля мансардными окнами ФАКРО вместе с принадлежностями.

Согласно письменным пояснениям ООО «ФАКРО-Р» (вх. № 6861 от 06.03.2014) Общество осуществляет реализацию мансардных окон ФАКРО.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлено, что ООО «ФАКРО-Р» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Ответственность за невыполнение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

В соответствии с ч. 1 ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с ч. 2 ст. 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ООО «ФАКРО-Р» состоит в распространении в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим» рекламы мансардных окон ФАКРО, с нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе». Московским УФАС России не установлено

объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Таким образом, ответственность за нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ несет ООО «ФАКРО-Р».

ООО «ФАКРО-Р» заявлено ходатайство об освобождении Общества от административной ответственности в связи с малозначительностью совершенного административного правонарушения.

В соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

Малозначительность имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения. Данные обстоятельства в соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ учитываются при назначении административного наказания юридическому лицу.

Правонарушение, совершенное ООО «ФАКРО-Р», нарушает установленный порядок распространения рекламы, тем самым посягает на общественные отношения в данной области.

Таким образом, должностное лицо Московского УФАС России считает невозможным применение положений ст. 2.9 КоАП РФ, в связи с чем отклоняет ходатайство ООО «ФАКРО-Р» об освобождении Общества от административной ответственности в связи с малозначительностью совершенного административного правонарушения.

В соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, отягчающих административную ответственность, а также обстоятельств, смягчающих административную ответственность ООО

«ФАКРО-Р».

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию, составляет 100 000 рублей.

Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 ФЗ «О рекламе», ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначить ООО «ФАКРО-Р» административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 5 ст. 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в ч. 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ООО «ФАКРО-Р», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК МФ РФ по г. Москве (для Московского УФАС России)
Банк получателя: Отделение 1 Главного управления Центрального банка
Российской Федерации по Центральному Федеральному округу г. Москва
(краткое: Отделение 1 Москва)

ИНН 7706096339

КПП 770601001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45384000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-429/77-14.

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с п. 1 ст. 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение на 1 листе.

Заместитель руководителя

()

Исполнитель: тел: 8 (495) 784-75-05 (доб. 159)