

ИГ/18124 от 05.05.2016

ООО «Форбис»

142134, Московская обл.,  
г. Подольск, Рязанское ш., д. 11

129343, г. Москва,  
пр-д Серебрякова, д. 6

ООО «Цитадель»

101000, г. Москва,  
Архангельский пер., д. 9, стр. 1, оф. 6

ПАО «МГТС»

119991, г. Москва,  
ул. Б. Ордынка, д. 25, стр. 1

109129, г. Москва,  
8-я ул. Текстильщиков, д. 8

## РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «25» февраля 2016 года.  
В полном объеме решение изготовлено «04» мая 2016 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе: председателя Комиссии – И.С. Гудковой, членов Комиссии – П.В. Олейника, К.С. Сучковой, Н.С. Уваровой, рассмотрев дело № 3-5-6/77-16, возбужденное в отношении ООО «Форбис» относительно распространения путем вложения в ежемесячный счет за октябрь 2014 года рекламы, содержащей следующую информацию: «Окна Форбис Немецкие окна по самым низким ценам К зиме готовы? Энергосберегающие окна со скидкой 60% для тех, кто вечно мерзнет Гарантия 5 лет рассрочка 0 % (495) 488-94-20 [www.oknaforbis.ru](http://www.oknaforbis.ru)», с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, 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,

в присутствии представителя ООО «Форбис» в лице Борисенко В.А. (по доверенности № б/н от 11.01.2016),

в отсутствие представителей ООО «Цитадель», ПАО «МГТС» (уведомлены надлежащим образом),

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-6/77-16 возбуждено в отношении ООО «Форбис» на основании обращения физического лица (вх. № 25658 от 20.07.2015) по факту распространения посредством вложения в ежемесячный счет за октябрь 2014 года рекламы, содержащей следующую информацию: «Окна Форбис Немецкие окна по самым низким ценам К зиме готовы? Энергосберегающие окна со скидкой 60% для тех, кто вечно мерзнет Гарантия 5 лет рассрочка 0 % (495) 488-94-20 [www.oknaforbis.ru](http://www.oknaforbis.ru)».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, 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.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителя ООО «Форбис», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Форбис» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 21.07.2010 за основным государственным регистрационным номером 1105074007213, ИНН 5036108046, КПП 503601001.

ООО «Цитадель» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 11.10.2011 за основным государственным регистрационным номером 1117746803074, ИНН 7701934770, КПП 770101001.

ПАО «МГТС» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 30.09.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739285265, ИНН 7710016640, КПП 770501001.

Путем вложения в ежемесячный счет за октябрь 2014 года распространялась реклама, содержащая следующую информацию: «Окна Форбис Немецкие окна по самым низким ценам К зиме готовы? Энергосберегающие окна со скидкой 60% для тех, кто вечно мерзнет Гарантия 5 лет рассрочка 0 % (495) 488-94-20 [www.oknaforbis.ru](http://www.oknaforbis.ru)».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается

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.

Не смотря на тот факт, что данная реклама вложена в адресную корреспонденцию, а именно ежемесячные счета, из содержания рекламы не следует, что изложенная в ней информация направлена исключительно определенному получателю. В распространенной рекламе отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Текст рекламы не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания. Кроме того, сам способ распространения свидетельствует о том, что подобные листовки могли быть вложены в неопределенное количество счетов, что подразумевает неопределенный круг получателей спорной рекламы.

Таким образом, установлено, что способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 3 Закона о рекламе, товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из содержания рекламных листовок, в данном случае объектом рекламирования являются услуги по остеклению и утеплению балконов и лоджий, оказываемые ООО «Форбис».

На основании изложенного, спорное информационное сообщение является рекламой. Данный факт ООО «Форбис», ООО «Цитадель», ПАО «МГТС» не оспаривается.

Согласно 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.

Текст рекламы содержал указание на предоставление рассрочки под 0%. Однако, отсутствует какое-либо упоминание об условиях, на которых предоставляется рассрочка под указанный процент.

Однако, согласно письменным и устным пояснениям ООО «Форбис», для получения рассрочки под 0% при оформлении заказа клиенту необходимо внести 50% от стоимости заказа в кассу ООО «Форбис». Оставшиеся 50% делятся на 3 или 6 месяцев равными частями. Кроме того, рассрочка предоставляется не ООО «Форбис», а банком-партнером. Также для получения рассрочки необходимо предоставить оригинал документа, удостоверяющего личность (паспорт) и его копию.

Вся вышеизложенная информация никаким образом не была представлена в рекламе, а следовательно не могла быть доведена до потребителя посредством данной рекламы.

Таким образом, установлено, что в спорной рекламе отсутствовала часть существенных условий, соблюдение которых необходимо для возможности приобрести товар (работу, услугу) на предложенных в рекламе условиях, а именно в рассрочку под 0%. Кроме того, умалчивается сам факт предоставления рассрочки банком-партнером, а не ООО «Форбис».

Нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе подразумевает отсутствие в рекламе какого-либо товара (работы, услуги) части существенных условий, которые могут повлиять на выбор потребителя либо такое изложение сведений о товаре (работе, услуге) при котором отсутствует часть информации, что может ввести потребителя в заблуждение. В спорной рекламе присутствовала информация о возможности получить рассрочку 0%, однако не были изложены условия ее получения, указанные в Соглашении и приложении к нему и сам факт предоставления рассрочки банком. Таким образом, идет речь о недоведении до потребителей всех условий предоставления обещанной в рекламе рассрочки под 0%.

Нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе образует формальный состав правонарушения и не предполагает обязательного наступления негативных последствий. Для признания рекламодателя нарушившим часть 7 статьи 5 Закона о рекламе достаточно подтверждения самого факта отсутствия в рассматриваемой рекламе части существенной информации, которая потенциально могла бы ввести потребителя в заблуждение.

Таким образом отсутствие негативных последствий не исключает нарушение ООО «Форбис» части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Спорная реклама распространялась на основании Договора на выполнение работ № 5/14 от 12.02.2014, заключенного между ООО «Форбис» и ООО «Цитадель» (далее - Договор), а также на основании Заявки

ООО «Цитадель» на размещение рекламно-информационных материалов на Единых счетах абонентов ОАО МГТС в соответствии с Офертой о заключении договора для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (далее — Оферта).

В соответствии с пунктом 2.1.1 Договора, ООО «Цитадель» по заданию ООО «Форбис» обязуется исполнять определенные в Приложениях обязательства, в том числе оказывать услуги по изготовлению и монтажным работам наружной рекламы, печатной и сувенирной продукции, услуги по распространению (размещению) рекламных и иных материалов ООО «Форбис», осуществлять разработку программных продуктов, действовать в качестве агента (посредника) ООО «Форбис» во взаимоотношениях с третьими лицами от своего имени или от имени ООО «Форбис», но за его счет, а также совершать по поручению ООО «Форбис» иные согласованные сторонами действия.

Согласно приложению № 7 от 13.10.2014 к Договору, ООО «Форбис» заказывает, а ООО «Цитадель» принимает на себя обязательства оказать услуги по изготовлению и распространению рекламно-информационных материалов в виде рекламных листовок, содержащих рекламную информацию о реализуемых товарах и оказываемых услугах ООО «Форбис», на условиях данного Приложения и Договора. Также в Приложении содержится макет рекламной листовки, содержащий информацию о возможности оплаты товара с рассрочкой 0%.

В свою очередь, согласно пункту 2.1 вышеуказанной Оферты, ООО «Цитадель» поручает и оплачивает, а ПАО «МГТС» оказывает услугу, под которой, согласно пункту 1.1 Оферты, понимается услуга размещения и распространения рекламно-информационных материалов на Единых счетах.

Исходя из вышеизложенных обстоятельств, письменных и устных пояснений лиц, участвующих в деле, данных в ходе рассмотрения дела, рекламодателем спорной рекламы является ООО «Форбис». Данный факт Обществом не оспаривается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Форбис» при распространении посредством вложения в ежемесячный счет за октябрь 2014 года рекламы, содержащей следующую информацию: «Окна Форбис Немецкие окна по самым низким ценам К зиме готовы? Энергосберегающие окна со скидкой 60% для тех, кто вечно мерзнет Гарантия 5 лет рассрочка 0 % (495) 488-94-20 [www.oknaforbis.ru](http://www.oknaforbis.ru)», установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения

ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Форбис», ООО «Цитадель», ПАО «МГТС» предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Также, частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Согласно имеющимся в материалах дела документам и сведениям, спорная реклама распространялась в сентябре 2014 года и в январе 2015 года.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности в настоящем случае истек.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Московского УФАС России

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Окна Форбис Немецкие окна по самым низким ценам

К зиме готовы? Энергосберегающие окна со скидкой 60% для тех, кто вечно мерзнет Гарантия 5 лет рассрочка 0 % (495) 488-94-20 [www.oknaforbis.ru](http://www.oknaforbis.ru)», в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, что повлекло искажение смысла информации и могло ввести в заблуждение потребители рекламы, распространенную посредством вложения в ежемесячный счет за октябрь 2014 года, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Форбис», ООО «Цитадель», ПАО «МГТС» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

П.В. Олейник

К.С. Сучкова

Н.С. Уварова