

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №3-5-23/78-01-16

21 июля 2016 г.

Санкт-Петербург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее – Комиссия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

рассмотрев дело №3-5-23/78-01-16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения на оборудованных в лифтах домов Невского района Санкт-Петербурга стендах рекламы услуг агентства недвижимости «Александра», содержащей признаки нарушения пунктов 1 и 4 части 2 и части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе — ООО «Александра» явился представитель по доверенности от 03.07.2016 <...>,

в отсутствие заявителя, уведомленного надлежащим образом,

### УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее – Санкт-Петербургские УФАС России, Управление), осуществляющее государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, поступило обращение физического лица (вх.№9905/16 от 26.04.2016) относительно размещения в кабине лифта 4 парадной дома 16 корп. 1 по ул. Коллонтай в Санкт-Петербурге ненадлежащей, по мнению заявителя, рекламы услуг агентства недвижимости «Александра».

Реклама услуг агентства недвижимости «Александра» размещена со следующим текстовым содержанием:

«агентство недвижимости АлександрА Такое же, как все, только лучше!

Агентства на Я бывают Агенты на Ё бывают

А МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ КУПИТЬ или ПРОДАТЬ, СДАТЬ или СНЯТЬ ЛЮБУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ

КОНСУЛЬТАЦИИ И ОЦЕНКА БЕСПЛАТНО

643-40-73 пр. Большевиков 8, к. 1».

В силу пунктов 1 и 4 части части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого

товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством. Вместе с тем статьёй 14.3 Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции) установлен запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения. Так, согласно пунктам 1 и 2 статьи 14.3 Закона о защите конкуренции не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слова «лучший» и иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными, а также сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены.

Согласно части 6 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия. Из выписки протокола заседания Общественного Совета по рекламе Санкт-Петербурга следует, что в рекламе услуг агентства недвижимости «Александра» употреблены словосочетания, которые воспринимаются как бранные слова. ФАС Волго-Вятского округа, рассмотрев дело N А29-5614/2007 со схожими обстоятельствами, в постановлении от 11.03.2008 указал, что «... для пресечения демонстрации рекламы уполномоченным органом достаточно, чтоб у потребителей в связи с восприятием рекламной информации возникали ассоциации, выражающиеся в бранных словах, в русском языке относящихся к ненормативной лексике. ... выражение «Ебнем» относится к форме матерного слова, выраженного глаголом совершенного вида, первого лица, множественного числа, настоящего-будущего времени. <...> Названное слово, включаемое в «ядро» русской матерщины и узнаваемое потребителями рекламы без каких-либо специальных познаний ...».

По договору об оказании услуг связи от 1 января 2016 №1756486, заключенному между ПАО «Ростелеком» (оператор связи) и ООО «Александра» (абонент), оператор связи оказывает абоненту услуги связи и выполняет работы, перечень которых определен приложениями и спецификациями к цитируемому договору. Из спецификации №1 от 1 января к названному договору №1756486 следует, что абоненту предоставляется абонентский номер <...> -49-73, также абоненту установлен модем.

Согласно информации ЕГРЮЛ основным видом деятельности ООО «Александра» является деятельность агентств по операциям с недвижимым

имуществом, а дополнительными видами деятельности – подготовка к продаже, покупка и продажа собственного недвижимого имущества, также предоставление посреднических услуг, связанных с недвижимым имуществом.

По договору оказания рекламных услуг от 9 февраля 2016 года №18Б-2016, заключенному между ООО «Лифт Медиа Групп» (исполнитель) и ООО «Александра» (заказчик), исполнитель обязуется оказать заказчику услуги по размещению рекламной информации заказчика на стендах в кабинках пассажирских лифтов домов Санкт-Петербурга, при этом адресная программа, количество рекламных носителей и сроки их использования определяются сторонами в приложениях. Оформив приложение от 9 февраля №1 к данному договору, ООО «Лифт Медиа Групп» и ООО «Александра» согласовали размещение рекламы на 127 стендах, оборудованных в лифтах домов Невского района Санкт-Петербурга, с 16.02.2016 по 15.03.2016, с 16.03.2016 по 15.04.2016 и с 16.04.2016 по 15.05.2016, а также дизайн оригинал-макета рекламы.

ООО «Лифт Медиа Групп» предъявило ООО «Александра» счёт от 10.02.2016 №71 на оплату своих услуг по размещению рекламы на 127 стендах, оборудованных в лифтах домов Невского района Санкт-Петербурга, с 16.02.2016 по 15.03.2016 и с 16.03.2016 по 15.04.2016, и изготовлению дизайна оригинал-макета рекламы. Платёжным поручением от 12.02.2016 №4 ООО «Александра» оплатило ООО «Лифт Медиа Групп» размещение рекламы по счёту №71 от 10.02.2016.

Подписав акт от 15 апреля 2016 №82, ООО «Лифт Медиа Групп» подтвердило размещение рекламы на 127 стендах, оборудованных в лифтах домов Невского района Санкт-Петербурга, с 16.02.2016 по 15.03.2016 и с 16.03.2016 по 15.04.2016 и изготовление дизайна оригинал-макета рекламы, а ООО «Александра» приняло выполненные работы без каких-либо претензий.

Пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель определён как изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Таким образом, ООО «Александра» (ОГРН 1127847023589, ИНН/КПП 7811511055/781101001, адрес места нахождения: 193231, Санкт-Петербург, пр. Солидарности, д. 19, кв. (офис) 153, зарегистрировано в качестве юридического лица 11.01.2012) является рекламодателем названной рекламы услуг агентства недвижимости «Александра».

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 1 и 4 части 2 и частью 6 статьи 5 Закона о рекламе.

С учётом изложенного, определением Санкт-Петербургского УФАС России от 24.06.2016 №78/14083/16 в отношении ООО «Александра» как рекламодателя возбуждено производство по делу №3-5-23/78-01-16 по признакам нарушения пунктов 1 и 4 части 2 и части 6 статьи 5 Закона о рекламе. Тем же определением дело №3-5-23/78-01-16 назначено к рассмотрению на 21.07.2016.

ООО «Александра» представило письменные пояснения, из которых следует, что Общество не согласно с наличием в его действиях фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Так, ООО «Александра»

полагает, что в рекламе услуг агентства недвижимости «Александра» имеется конкретный критерий сравнения: бесплатность консультаций и оценки. Также Общество отметило, что глагол «бывают» и буква «ё» не относятся к обценной лексике (табуированным, бранным словам и т. д.).

Заслушав данные представителем ООО «Александра» объяснения и изучив материалы дела №3-5-23/78-01-16, Комиссия считает доводы Общества несостоятельным и противоречащими материалам дела. При этом Комиссия исходит из следующего.

Заявленная в рекламе услуг агентства недвижимости «Александра» информация «агентство недвижимости АлександрА Такое же, как все, только лучше! ...» не сопровождается астериском, иной сноской, союзом «потому что» или иными пометками, указывающими на какие-либо конкретные критерии сравнения. Из содержания рассматриваемой рекламы не следует, что сравнение услуг агентства недвижимости «Александра» с услугами других агентств недвижимости производилось по конкретным критериям, в том числе вопреки доводам ООО «Александра» по критерию бесплатности консультаций и оценки, осуществляемых агентствами недвижимости. Кроме того, доводы Общества о платности консультаций и оценки других агентств недвижимости не подтверждены документально.

Пояснения ООО «Александра» относительно необоснованного отнесения глагола «бывают» и буквы «ё» к бранным словам основаны на изъятии глагола «бывают» и буквы «ё» контекста информации, заявленной в рекламе услуг агентства недвижимости «Александра», а особенно информации «... Агентства на Я бывают Агенты на Ё бывают а мы поможем вам купить или продать, сдать или снять любую недвижимость ...». С учётом изложенного, оценив содержание всей заявленной в указанной рекламе информации с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями, Комиссия приходит к выводу, что в рекламе услуг агентства недвижимости «Александра» содержатся бранные слова, являющиеся дисфемизмами к глаголу «обманывают». Тот факт, что используемые в рекламе услуг агентства недвижимости «Александра» бранные слова искусственно разделены на три слова, не имеет правового значения в связи тем, что потребителями рекламы данные бранные слова воспринимаются безошибочно. Об этом также свидетельствуют неоднократные публикации различных лиц в сети Интернет, размещённые в открытом доступе.

В связи с тем, что в настоящее время в Санкт-Петербургском УФАС России отсутствует документальное подтверждение устранения ООО «Александра» допущенных нарушений законодательства о рекламе, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи обществу предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «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 услуг агентства недвижимости «Александра», размещённую на оборудованных в лифтах многоквартирных домов Невского района Санкт-Петербурга стендах.
2. Признать в действиях рекламодателя ООО «Александра», выразившихся в определении объекта рекламирования и содержания рекламы услуг агентства недвижимости «Александра», размещённой на оборудованных в лифтах многоквартирных домов Невского района Санкт-Петербурга стендах, нарушение пунктов 1 и 4 части 2 и части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
3. Выдать рекламодателю ООО «Александра» предписание об устранении допущенных нарушений, указанных в пункте 2 настоящего решения.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Санкт-Петербургского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении в отношении ООО «Александра» дела об административном правонарушении, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «04» августа 2016 г. 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

21 июля 2016 г.

Санкт-Петербург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее – Комиссия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

на основании своего решения от «04» августа 2016 г. по делу №3-5-23/78-01-16 о признании ненадлежащей рекламы услуг агентства недвижимости «Александра», размещённой на оборудованных в лифтах многоквартирных домов Невского района Санкт-Петербурга стендах, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации

о рекламе,

### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

**1.** Рекламодателю ООО «Александра» (ОГРН 1127847023589, ИНН/КПП 7811511055/781101001, адрес места нахождения: 193231, Санкт-Петербург, пр. Солидарности, д. 19, кв. (офис) 153, зарегистрировано в качестве юридического лица 11.01.2012) в двухнедельный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: снять с распространения рекламу услуг агентства недвижимости «Александра», которая нарушает требования, установленные пунктами 1 и 4 части 2 и части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», во всех источниках её распространения.

**2.** Рекламодателю ООО «Александра» (ОГРН 1127847023589, ИНН/КПП 7811511055/781101001, адрес места нахождения: 193231, Санкт-Петербург, пр. Солидарности, д. 19, кв. (офис) 153, зарегистрировано в качестве юридического лица 11.01.2012) представить в Санкт-Петербургское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 1 сентября 2016 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 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 статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.