

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 08/04/14.3-117/2021

об административном правонарушении

14 января 2022 г.

г. Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Таукенова К.М., рассмотрев протокол и материалы дела № **08/04/14.3-117/2021** об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «ПИК-Брокер» (адрес: ул. Баррикадная, д. 19, стр. 1, эт. 1, пом. VII, ком. 22, г.Москва, 123242, ОГРН 1197746011253, ИНН 7703469230, КПП 770301001, дата регистрации 16.01.2019),

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступили обращения граждан с претензиями к рекламе услуг ООО «ПИК-Брокер», распространявшейся на рекламных конструкциях в г. Москве, в Московском Метрополитене и в сети Интернет в январе-марте 2021 года.

В первой рекламе, распространявшейся на рекламных конструкциях в г. Москве и в Московском Метрополитене в марте 2021 года, размещены фраза «Когда продаешь квартиру» и изображения трех смайликов эмоджи: смайлик с пометкой «ПИК-Брокер» с глазками-сердечками; смайлик с пометкой «С риэлтером», выпускающий пар из ноздрей от злости и негодования; смайлик с пометкой «Сам» с перебинтованной головой (далее — реклама со смайлами).

Во второй рекламе, распространявшейся на рекламных конструкциях в г. Москве и в Московском Метрополитене в феврале 2021 года, размещены фразы «Современный подход к продаже вашей квартиры», «Продать квартиру:» и изображения трех видов телефонов: современный смартфон с пометкой «ПИК-Брокер»; устаревший офисный телефон с пометкой «Риелтор»; раритетный телефон с пометкой «САМ» (далее - реклама с телефонами).

В третьей рекламе, распространявшейся в сети Интернет 20-21 января 2021 г., размещено лицо мужчины на черном фоне в сопровождении следующих фраз: «Сохраните исчезающий вид — заплатите риэлтору огромную комиссию за обмен квартиры», «Реклама создана при поддержке фонда «Бесполезные профессии» (далее — реклама с лицом

мужчины).

Использованные в рекламе образы с пометкой «Сам», а именно смайлик с перебинтованной головой и раритетный телефон, создают впечатление, что продажа квартиры собственником без обращения к услугам ООО «ПИК-Брокер» является неэффективным и обременительным действием и собственник подвергает себя мучениям и, в целом, превратился в устаревшего, допотопного человека.

Согласно пункту 4 части 4 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама не должна формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц.

Реклама услуг ООО «ПИК-Брокер» формирует негативное отношение к собственникам, продающим квартиру самостоятельно, и осуждает их.

В рекламе относительно услуг риэлтора сообщается: «Реклама создана при поддержке фонда «Бесполезные профессии».

Соответственно ООО «ПИК-Брокер» называет профессию риэлтора бесполезной, не приносящей какой-либо пользы обществу, не позволяющей достигнуть необходимого результата — продажи квартиры.

Вместе с тем использованное в рекламе утверждение о том, что профессия риэлтора бесполезна, безосновательно и направлено на создание у потребителей уничижительного мнения об этой профессии и уверенности в том, что услуги риэлтора не имеют никакой ценности.

Соответственно в рекламе используется оскорбительное выражение в отношении профессии «риэлтор».

Согласно части 6 статьи 5 Федерального 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.

В рекламе посредством изображенных смайлов и телефонов проводится сравнение услуг по продаже квартиры риэлторами и ООО «ПИК-Брокер» и утверждается, что продажа квартиры с помощью услуг ООО «ПИК-Брокер» является наилучшим вариантом.

При этом в рекламе отсутствует указание на критерий, по которому осуществляется сравнение, который имеет объективное подтверждение.

Использованное в рекламе сравнение услуг по продаже квартиры риэлторами и ООО «ПИК-Брокер» искажает представление о рекламируемых услугах и не позволяет объективно оценить их свойства. В этой связи невозможно установить обоснованность того, что продажа квартиры с помощью услуг ООО «ПИК-Брокер» действительно является лучшим решением.

Следовательно, в рекламе используется некорректное сравнение услуг по продаже квартиры риэлторами и ООО «ПИК-Брокер».

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» некорректной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Реклама услуг ООО «ПИК-Брокер» была рассмотрена на Экспертном совете по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при ФАС России, по результатам обсуждения которой члены Экспертного совета пришли к следующим заключениям:

1) используемые в рекламе «ПИК-Брокер» выражение «бесполезные профессии» и обозначение в виде негативного «смайла» формируют негативное отношение к деятельности независимых риэлторов, а также к лицам, продающим недвижимость самостоятельно.

2) реклама «ПИК-Брокер» предлагает некорректное сравнение рекламируемых услуг с услугами риэлторов, которые не сотрудничают с «ПИК-Брокер», а также формирует негативное отношение к лицам, не пользующимся услугами компании «ПИК-Брокер».

Учитывая изложенное, в рассматриваемой рекламе услуг ООО «ПИК-Брокер» усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 4 части 4, части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно объяснениям ООО «ПИК-Брокер» со ссылкой на проведенное по заказу общества лингвистическое исследование АНО «Центр судебных лингвокриминалистических экспертиз и гуманитарно-прикладных исследований «ЛИНГВОСУДЭКСПЕРТ» в рекламных материалах не содержится лингвистических признаков некорректного сравнения хозяйствующих субъектов и(или) их товаров и услуг.

ФАС России, исследовав доводы ООО «ПИК-Брокер», основанные на лингвистическом исследовании, пришел к следующим выводам.

На исследование специалисту-эксперту были предоставлены два рекламных макета: реклама со смайлами и реклама с телефонами, третий рекламный макет с лицом риэлтора специалистом не исследовался.

По результатам анализа предоставленных рекламных макетов специалистом сделан вывод, что вербальные (словесные) компоненты рекламного сообщения на макетах не содержат лексических и иных языковых компонентов, указывающих на превосходство или на какую-либо оценку в отношении с иным объектом.

Однако специалист заключила, что сравнение осуществляется посредством оценки потребителем рекламы невербальных компонентов, представляющих собой в первом макете — графическое обозначение эмоций потребителя (смайлов), обусловленных потенциальным выбором метода решения поставленной задачи (с ПИК-брокером, с риэлтором или самостоятельно), во втором макете — графическое обозначение известных потребителю средств связи, сходных по предназначению, но отличающихся по своим функциональным возможностям, сопоставительный ряд которых представляет собой этапы развития техники и реализует метафору об этапах развития сферы услуг по продаже квартиры путем соотнесения раритетного телефона - смартфона - многоканального телефона с соответствующим субъектом (Сам - с ПИК-брокером - с Риэлтором).

При этом специалист отметила, что сам контекст рекламы позволяет получателю информации на уровне логических суждений вынести критерий противопоставления, мотивирует его найти дифференцирующий признак между обозначенными явлениями.

Вместе с тем методы лингвистического исследования не применяются для оценки тех суждений, выводов и действий, которые потребитель сделает под воздействием рекламы.

Соответственно, указывая на получение потребителем рекламы посылы сравнить способы продажи квартиры путем оценки невербальных компонентов, содержащихся в рекламных макетах, какого-либо вывода о корректности или некорректности оказываемого на получателя информации воздействия специалист не сделала.

Таким образом, выводы лингвистического исследования АНО «Центр судебных лингвокриминалистических экспертиз и гуманитарно-прикладных исследований «ЛИНГВОСУДЭКСПЕРТ» не свидетельствуют

об отсутствии в рекламе услуг «ПИК-Брокер» некорректного сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований частей 2, 4, 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанных рекламных макетов является ООО «ПИК-Брокер» (адрес: ул. Баррикадная, д. 19, стр. 1, эт. 1, пом. VII, ком. 22, г. Москва, 123242, ОГРН 1197746011253, ИНН 7703469230, КПП 770301001, дата регистрации 16.01.2019).

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

ООО «ПИК-Брокер» имело возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако им не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ООО «ПИК-Брокер» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы услуг ООО «ПИК-Брокер» на рекламных конструкциях в г. Москве, в Московском Метрополитене и в сети Интернет в январе-марте 2021 года.

Срок давности привлечения ООО «ПИК-Брокер» к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

Руководствуясь пунктом 4 части 4, части 6, пунктом 1 части 2 статьи 5, частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ООО «ПИК-Брокер» (адрес: ул. Баррикадная, д. 19, стр. 1, эт. 1, пом. VII, ком. 22, г. Москва, 123242, ОГРН 1197746011253, ИНН 7703469230, КПП 770301001, дата регистрации 16.01.2019) меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение

законодательства о рекламе в размере 100 000 рублей.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

УИН 16100500000001258666

Получатель

ИНН 7703516539 КПП 770301001

Межрегиональное операционное УФК (для ФАС России л/с 04951001610)

ОКТМО 45380000

Банк получателя

Операционный департамент Банка России//Межрегиональное операционное УФК г. Москва

Номер счета банка получателя (номер единого казначейского счета)

40102810045370000002

Номер счета получателя (номер казначейского счета)

03100643000000019500

БИК 024501901

КБК 16111601141010003140

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым 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 статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трёхдневный срок со дня уплаты штрафа просьба представить в Федеральную антимонопольную службу надлежащим образом заверенные копии платёжных документов **(по электронной почте <...>@fas.gov.ru, delo@fas.gov.ru).**

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП РФ.

Заместитель руководителя

К.М. Таукенова