

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № **034/05/5-641/2023** И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

30 мая 2023 года Волгоград

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, заместитель руководителя Управления, ... , рассмотрев поступившее заявление,

УСТАНОВИЛ:

В Волгоградское УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 2862-ИП/23 от 30.03.2023) с жалобой на распространение наружной рекламы недвижимости (ЖК «Виноград»). Заявитель, в частности, указал, что на пересечении улицы Рокоссовского и улицы Хиросимы им была обнаружена возмутительная реклама следующего содержания: "Мама говорит: "Когда любят, покупают квартиру в центре!" от жилого комплекса виноград. Возмутительно. Этот безобразный слоган вгоняет в уныние и депрессию. Что значит "когда любят, покупают в центре"? А если любят, но на покупку в центре нет денег? Что же получается? Любовь деньгами измеряется? Я так не считаю!».

Сотрудниками Управления в ходе выездного осмотра 11.04.2023, было подтверждено размещение наружной рекламы жилого комплекса «Vinograd» на рекламной конструкции над проезжей частью на пересечении улицы Рокоссовского и улицы Хиросимы, Центральный район, Волгоград.

На магистральной арке, расположенной над проезжей частью, было зафиксировано размещение следующей информации: «Мама говорит: «Когда любят, покупают квартиру в центре!» Vinograd. 605-010».

Оценка восприятия потребителями данной рекламы была вынесена на рассмотрение Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Волгоградском УФАС России (далее – Экспертный совет).

Экспертный совет является консультативно-совещательным органом, созданным при Волгоградское УФАС России. Его решения имеют рекомендательный характер и учитываются Управлением при принятии решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации. Положение об Экспертном совете по применению рекламного законодательства и состав Совета размещены на сайте Волгоградского УФАС

(<https://volgograd.fas.gov.ru/page/12242>).Одной из задач Совета является экспертиза и оценка содержания и восприятия рекламы, в том числе оценка этичности рекламы.

22.05.2023 состоялось заседание Экспертного совета № 11.

Протокол заседания Экспертного совета от 22.05.2023, в ходе которого оценивалась наружная реклама жилого комплекса «Виноград», размещен на сайте Волгоградского УФАС (<https://volgograd.fas.gov.ru/page/12242>).

Эксперты обсудили рекламу и проголосовали по ряду вопросов. Ниже приведены вопросы и итоги голосования по ним.

1. Как Вы думаете, от чьего имени говорится в рекламе фраза «Мама говорит: «Когда любят, покупают квартиру в центре»?»

- а) ребенка - 3 голоса,
- б) взрослого - 1 голос,
- в) может быть и так, и так - 8 голосов,
- г) затрудняюсь ответить - 0 голосов.

2. Побуждает ли данная реклама детей к тому, чтобы они убедили родителей приобретать квартиры в центре города?

- а) да - 1 голос,
- б) нет -7 голосов,
- в) затрудняюсь ответить - 3 голоса.

2. Создает ли реклама у детей впечатление о том, что покупка квартиры в центре является доказательством любви к ним со стороны родителей?

- а) да -5 голосов,
- б) нет - 7 голосов,
- в) затрудняюсь ответить - 0 голосов.

2. Формирует ли реклама комплекс неполноценности у несовершеннолетних, не имеющих квартир в центре/ семьи которых не имеют возможности купить квартиру в центре города

- а) да - 4 голоса,
- б) нет - 7 голосов,
- в) затрудняюсь ответить - 1 голос.

2. Создает/формирует ли указанная реклама, по Вашему мнению, негативное

отношение к лицам, которые не могут себе позволить исходя из материального состояния купить квартиру в центре?

а) да - 6 голосов,

б) нет - 5 голосов,

в) затрудняюсь ответить - 1 голос.

2. Демонстрирует ли, по Вашему мнению, рассматриваемая реклама презрительное, пренебрежительное отношение к людям, которые не в состоянии купить квартиру в центре?:

а) да - 2 голоса,

б) нет - 7 голосов,

в) затрудняюсь ответить - 3 голоса.

2. *Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в наружной рекламе использованного выражения в совокупности с образом?*

а) да - 3 голоса,

б) нет - 6 голосов,

в) затрудняюсь ответить - 3 голоса.

Обобщенные итоги голосования по указанным вопросам таковы:

1. В рекламе фраза «Мама говорит: «Когда любят, покупают квартиру в центре» может говориться как от лица взрослого, так и от лица ребенка.
2. Данная реклама не побуждает детей к тому, чтобы они убедили родителей приобретать квартиры в центре города.
3. Реклама не создает у детей впечатление о том, что наличие квартиры в центре является доказательством любви к ним со стороны родителей.
4. Реклама не формирует комплекс неполноценности у несовершеннолетних, не имеющих квартир в центре/ семьи которых не имеют возможности купить квартиру в центре города.
5. Указанная реклама создает / формирует негативное отношение к лицам, которые не могут себе позволить исходя из материального состояния купить квартиру в центре.
6. Рассматриваемая реклама не демонстрирует презрительное, пренебрежительное отношение к людям, которые не в состоянии купить квартиру в центре.
7. Недопустимо в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в наружной рекламе использованного

выражения.

По итогам голосования было принято следующее решение:

- признать, что реклама жилого комплекса «Виноград» с текстом: «Мама говорит: «Когда любят, покупают квартиру в центре!» создает / формирует негативное отношение к лицам, которые не могут себе позволить, исходя из своего материального состояния, купить квартиру в центре.

- признать недопустимым в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в наружной рекламе использованного выражения.

Согласно п. 1 ст. 3 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования является товар (продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот), 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 (подп. 2-3 ст. 3 Закона о рекламе).

Рассматриваемая информация, распространённая на рекламной конструкции, содержит все признаки рекламы, закреплённые в п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, и, следовательно, является рекламой.

Объект рекламирования – жилой комплекс «Виноград» (г. Волгоград).

В соответствии с **п. 4 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе**, реклама не должна формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц.

В соответствии с **п. 4 ст. 6 Закона о рекламе** в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе не допускаются создание у несовершеннолетних впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками.

Значимое количество членов Экспертного совета посчитали, что данная реклама создает у детей впечатление о том, что покупка квартиры в центре является доказательством любви к ним со стороны родителей, что может создавать у несовершеннолетних впечатление о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных п. 4 ч. 4 ст. 5, п. 4 ст. 6 Закона о рекламе.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

На сайте ЖК «Виноград» <https://vin-grad.ru/> обнаружено юридическое лицо, которое является застройщиком (ООО «Специализированный застройщик «Лига -Строй»).

Рекламодателем в данном случае могло выступить ООО «Специализированный застройщик «Лига -Строй» (ОГРН: 1193443009980, дата присвоения ОГРН: 08.08.2019, ИНН: 3444272530, КПП: 344401001, адрес: ул. 10-й Дивизии НКВД, д. 1А, каб. 17, Волгоград).

На основании п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 034/05/5-641/2023 по признакам нарушения п. 4 ч. 4 ст. 5 и п. 4 ст. 6 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ООО «Специализированный застройщик «Лига -Строй» (ОГРН: 1193443009980, дата присвоения ОГРН: 08.08.2019, ИНН: 3444272530, КПП: 344401001, адрес: ул. 10-й Дивизии НКВД, д. 1А, каб. 17, Волгоград);

2.2. Заявитель ...;

3. Назначить дело № 034/05/5-641/2023 к рассмотрению на **29 июня 2023 года в 15 часов 00 минут** по адресу: г. Волгоград, ул. 7-ая Гвардейская, д.12 (каб.11, 5-й этаж, левое крыло).

4. ООО «Специализированный застройщик «Лига -Строй» представить на заседание Комиссии следующую информацию и заверенные надлежащим образом копии документов:

4.1. Период распространения рекламы;

4.2. Основания для распространения данной рекламы (договор);

4.3. Распространялась ли данная реклама в других местах или другими способами

(на радио или др.)? Места/территория и способы распространения рекламы с фразой «Мама говорит: «Когда любят, покупают квартиру в центре!»»;

4.4. Письменные объяснения по фактам, послужившим основанием для возбуждения дела, с приложением подтверждающих документов;

5. Заявителям представить **на заседание Комиссии** информацию, которую Вы считаете необходимой для полного, всестороннего и объективного рассмотрения дела.

В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 КоАП РФ, непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от двадцати до двухсот тысяч рублей.

Заместитель руководителя управления