РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-371/2019

04 июня 2019 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – (…),

члены Комиссии: (…),

рассмотрев дело № 055/05/5-371/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе индивидуальным предпринимателем (....), требований части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие заявителя (…), извещенного надлежащим образом,

в присутствии лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП (…),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России поступило заявление (…) по факту распространения на рекламной конструкции, расположенной на пересечении улиц Новокирпичная и 6-ая Станционная в г. Омске, рекламы следующего содержания: *«ТРЕНД Агентство недвижимости Квартира за 10 000 в месяц* при сумме кредита миллион рублей на срок кредитования 20 лет Без первоначального взноса* программа предоставляется физическим лицам в рублях на приобретение жилых помещений ПАО «Промсвязьбанк», первый взнос 0 , ставка от 11,9 % на весь срок кредита без комиссии за оформление кредита Без подтверждения дохода* программа предоставляется ПАО Сбербанк России Ипотека по двум документам при условии первого взноса от 50% ставка 16,6% Папа, купи квартиру! +7 (3812) 49-24-49 Агентство недвижимости «Тренд» г. Омск, ул. Машиностроительная, 5/1»*.

По мнению заявителя, реклама была изображена таким образом, что она не воспринималась в полной мере, что привело к искажению ее смысла и ввело его в заблуждение относительно условий приобретения недвижимости (без первоначального взноса и подтверждения дохода), а также размера ежемесячного платежа (10 000 руб.).

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

По информации рекламораспространителя (ООО «Сибирь Аутдор»), договор на оказание услуг по распространению рекламы № 866-СА от 23.01.2019 заключен с ИП (…).

Определением Омского УФАС России от 06.05.2019 в отношении ИП (…) возбуждено дело № 055/05/5-371/2019 по признакам нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела ИП (…) были даны пояснения (вх. № 3771 от 12.04.2019, № 5373 от 29.05.2019), согласно которым *«текст с пояснениями, содержащими существенную информацию об объекте рекламирования читаем, по моему мнению выполнен без нарушений»*.

На заседании Комиссии Омского УФАС России 04.06.2019 ИП (…) подтвердила доводы, изложенные ранее в письменном виде, при этом отметила, что при размещении рекламы у нее не было умысла каким-то образом ввести в заблуждение заявителя. В первую очередь хотели сообщить населению о том, что есть возможность приобрести в ипотеку квартиру по выгодным условиям. По ее мнению, вся необходимая информация была указана в тексте рекламы. Одновременно ИП (…) отметила, что неточное восприятие заявителем вышеуказанной рекламы могло быть во время движения в транспорте.

При рассмотрении дела Комиссия Омского УФАС России пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Объект рекламирования - товар, 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 (пункт 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса неопределенного круга лиц к агентству недвижимости «Тренд», оказываемым услугам.

Как следует из материалов дела, <u>привлекательная для потребителя информация</u> была выполнена <u>крупным красным шрифтом</u> – *«ТРЕНД Агентство недвижимости Квартира за 10 000 в месяц* Без первоначального взноса* Без подтверждения дохода* Папа, купи квартиру! +7 (3812) 49-24-49 Агентство недвижимости «Тренд» г. Омск, ул. Машиностроительная, 5/1».*

Данная информация послужила поводом для обращения заявителем в агентство недвижимости с целью приобретения квартиры на условиях, обозначенных в спорной рекламе.

<u>При этом текст, содержащий остальную существенную информацию, выполнен мелким шрифтом:</u>

- платеж размером 10 000 рублей возможен *«при сумме кредита миллион рублей на срок кредитования 20 лет»*;

- приобрести квартиру без первоначального взноса можно, воспользовавшись программой ПАО «Промсвязьбанк» (*«программа предоставляется физическим лицам в рублях на приобретение жилых помещений ПАО «Промсвязьбанк, первый взнос 0%, ставка от 11,9 % на весь срок кредита без комиссии за оформление кредита»*);

- по программе ПАО «Сбербанк» допускается получение ипотечного кредита без подтверждения дохода (*«программа предоставляется ПАО Сбербанк России Ипотека по двум документам при условии первого взноса от 50% ставка 16,6%»*).

Таким образом, недоступная для восприятия заявителем информация о существенных условиях приобретения квартиры привела к искажению смысла рекламы и ввела его в заблуждение.

Доказательств того, что весь текст рекламы воспринимается одинаково и читаем, ИП (…) не представлено.

Комиссия Омского УФАС России отмечает, что способ и форма размещаемой на рекламной конструкции информации должны обеспечивать ее восприятие с дальнего расстояния без затруднений и особых усилий (подойти, подъехать), использование мелкого размера шрифта на рекламной конструкции размером 3х6 м, установленной на пересечении дорог, не позволило заявителю прочитать весь текст рекламы.

Аналогичная позиция отражена в пункте 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» *«если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования».*

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального 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.

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

Исходя из данного определения, ИП (…) является рекламодателем, т.е. лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламы.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Проанализировав материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о том, что наружная реклама ИП (…) «ТРЕНД Агентство недвижимости Квартира за 10 000 в месяц…» является ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая пояснения ИП (…) о том, что в настоящее время ненадлежащая реклама продолжает распространяться, Комиссия Омского УФАС России считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ИП (…) «ТРЕНД Агентство недвижимости Квартира за 10 000 в месяц* при сумме кредита миллион рублей на срок кредитования 20 лет Без первоначального взноса* программа предоставляется физическим лицам в рублях на приобретение жилых помещений ПАО «Промсвязьбанк, первый взнос 0 , ставка от 11,9 % на весь срок кредита без комиссии за оформление кредита Без подтверждения дохода* программа предоставляется ПАО Сбербанк России Ипотека по двум документам при условии первого взноса от 50% ставка 16,6% Папа, купи квартиру! +7 (3812) 49-24-49 Агентство недвижимости «Тренд» г. Омск, ул. Машиностроительная, 5/1», ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП (…) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 07.06.2019.

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