

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

<.....> - председателя Комиссии, заместителя руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области – начальника отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей,

<.....> – члена комиссии, ведущего специалиста-эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей,

<.....> – члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей,

в присутствии:

заявителя – представителя по доверенности (№<.....>) Департамента градостроительства и земельных отношений <.....> (удостоверение №<.....>);

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе - председателя правления ДНТ «Родные просторы» <.....> (Выписка из протокола общего собрания членов ДНТ «Родные просторы» от <.....>, паспорт гражданина РФ); члена правления ДНТ «Родные просторы» <.....> (Выписка из протокола общего собрания членов ДНТ «Родные просторы» <.....>, паспорт гражданина РФ),

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе – ИП <.....> (паспорт гражданина РФ); <.....> (паспорт гражданина РФ),

рассмотрев дело № 07-17-58/2015, возбужденное по заявлению Департамента градостроительства и земельных отношений администрации г. Оренбурга в отношении **ДНТ «Родные просторы»** по признакам нарушения требований, установленных пунктом 3 части 3 статьи 5 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»), содержащихся в рекламе, содержащихся в рекламе ЖСК «Строй-гарант», размещенной в рекламно-информационном издании «Строительная индустрия Оренбуржья» № 9(49),

#### **УСТАНОВИЛА:**

15.04.2015 года в Оренбургское УФАС России Прокуратурой г. Оренбурга передано обращение департамента градостроительства и земельных отношений администрации г. Оренбурга по вопросу организации продажи земельных участков в несуществующем поселке.

Из обращения следует, что в рекламно-информационном издании «Строительная индустрия Оренбуржья» № 9(49) реклама о продаже земельных участков в поселке ДНТ «Родные просторы», однако информация о присвоении статуса «поселок» вышеуказанным территориям является недостоверной и вводит граждан в заблуждение.

Проанализировав содержание переданных материалов, Комиссия устанавливает следующее:

Указанные земельные участки под строительство жилых домов в установленном законом порядке не предоставлялись, однако из вышеуказанного рекламно-информационного издания следует, что на данных земельных участках ведется строительство индивидуальных жилых домов.

В соответствии с п. 2 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В ходе анализа содержания материалов Прокуратуры г. Оренбурга, а так же обращения Департамента градостроительства и земельных отношений администрации г. Оренбурга, тот факт, что вышеуказанный населенный пункт (поселок «Родные просторы») на территории МО «город Оренбург» отсутствует, информация о присвоении статуса «поселок» вышеуказанной территории, указанной в рекламе является недостоверной, следует, что в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения требований, установленных п. 2 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама – информация, распространенная 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.

Объектом рекламирования пункт 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определяет товар – средство его индивидуализации, изготовителя или продавца 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из проведенного анализа содержания информации о ДНТ «Родные просторы», размещенной в рекламно-информационном издании «Строительная индустрия Оренбуржья» № 9(49), следует, что информация, содержащаяся в указанном издании, полностью отвечает требованиям пунктов 1,2,3 статьи 3 ФЗ «О рекламе», следовательно, является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Определением о возбуждении дела исх. № 8556 от 16.06.2015 года в отношении ДНТ «Родные просторы» возбуждено дело № 07-17-58/2015 по признакам нарушения

требований, установленных пунктом 3 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Однако, проанализировав все обстоятельства дела, Комиссия приходит к выводу о том, что в данном случае, в действиях ДНТ «Родные просторы» усматриваются признаки нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, а не пункта 3 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В ходе заседания Комиссии законный представитель ДНТ «Родные просторы» - председатель правления <.....> пояснила, что факт распространения рассматриваемой рекламы признает, макет рекламы утверждал действующий на тот момент председатель правления ДНТ «Родные просторы» <.....>, документы, подтверждающие, что ДНТ «Родные просторы» имеет статус «поселок» отсутствуют, факт нарушения требований пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не признает.

ИП <.....> пояснила, что рассматриваемая реклама размещалась в рекламно-информационном издании «Строительная индустрия Оренбуржья» № 9(49) на основании договора № <...> на размещение рекламно-информационных материалов от 23.09.2015 года. Макет рассматриваемой рекламы был утвержден председателем правления ДНТ «Родные просторы».

Представитель по доверенности Департамента градостроительства и земельных отношений <.....> поддержал доводы, изложенные в обращении.

Проанализировав вышеизложенное, Комиссия приходит к следующему:

В соответствии с п. 2 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В ходе рассмотрения дела установлено, что населенный пункт (поселок «Родные просторы») на территории МО «город Оренбург» отсутствует, информация о присвоении статуса «поселок» вышеуказанной территории, указанной в рекламе ДНТ «Родные просторы» является недостоверной, следовательно в рассматриваемой рекламе содержатся нарушения требований, установленных п. 2 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», указанная выше реклама является ненадлежащей, поскольку размещалась с нарушением требований пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3 статьи 5 настоящего Федерального закона ответственность несет рекламодатель.

В соответствии с изложенными обстоятельствами дела, письменными и устными пояснениями председателя правления ДНТ «Родные просторы», договором № <...> на размещение рекламно-информационных материалов от 23.09.2015 года рекламодателем в данном случае является ДНТ «Родные просторы».

Следовательно, ответственность за нарушение требований пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет ДНТ «Родные просторы».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия,

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу ДНТ «Родные просторы», размещенную в рекламно-информационном издании «Строительная индустрия Оренбуржья» № 9(49), ненадлежащей, поскольку она размещалась и распространялась с нарушением требований пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.20206 года.

2. Выдать ДНТ «Родные просторы» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела № 07-17-58/2015 уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «13» августа 2015 г. Решение может быть обжаловано в порядке, установленном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<.....>

Члены  
Комиссии

<.....>

<.....>