

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-943/2020

15 октября 2020 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 – <...>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/5-943/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <...> (ОГРНИП <...>, ИНН <...>, далее – ИП <...>) рекламы, содержащей признаки нарушения требований части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии ИП <...>, защитника <...> (доверенность от 14.10.2020 б/н)

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 16.06.2020 сотрудником Омского УФАС России выявлен факт распространения на видеоэкране (рекламная конструкция с индексом № 3675), установленном на съезде с Ленинградского моста (вблизи пересечения ул. Масленикова с ул. Ленина, напротив жилого дома, расположенного по адресу: Ленинградская площадь, 1 в городе Омске), рекламы «Кузьминки ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 % 906-103...».

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 ЖК «Кузьминки», а также финансовой услуге «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %».

При этом указанная информация демонстрируется посредством короткого видеоролика, хронометраж которого не позволяет в полной мере ознакомиться со всеми условиями приобретения недвижимости в ЖК «Кузьминки».

По информации ООО «Сибирь Аудитор» «...Между обществом с ограниченной ответственностью «Сибирь Аудитор» (Оператор) и обществом с ограниченной ответственностью «БукингБорд» (Площадка) был заключен Договор № 7...

... Ввиду того, что Договор был заключен между нами и Площадкой, рекламодатель нам неизвестен. Данную информацию необходимо запрашивать у Площадки. Договоры с Рекламодателем заключаются Площадкой...».

На запрос Омского УФАС России ООО «БукингБорд» представлена информация, согласно которой «...16.06.2020 г. на рекламной поверхности, расположенной по адресу: г. Омск, ул. Ленинградская пл., 1 транслировался ролик ИП <...>...».

Согласно пояснениям ИП <...> «...Рекламная компания «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %» проводится при поддержке Правительства Омской области, в рамках реализации программы «Льготная ипотека на новостройки» со ставкой 3,1 % годовых на квартиры от Омских застройщиков.

DIGITAL – макеты рекламной кампании «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %» были размещены на основании договора оферты (далее – Договор), заключенного между ИП <...> (далее – Заказчик) и Общество с ограниченной ответственностью «БукингБорд» (далее – Исполнитель) на рекламной конструкции, расположенной по адресу: Ленинградская пл., 1 (из центра), (с индексом 3675), что подтверждается Отчетом Агента от 30.06.2020 и УПД, № Д-00085 от 30.06.2020.

Размещение DIGITAL – макета является дополнением к полномасштабной рекламной кампании бренда «ЖК «КУЗЬМИНКИ». Информация, используемая на макете, в настоящее время на территории города Омска в большом объеме размещается на стационарных рекламных конструкциях, не оборудованных системами автоматической смены изображения. По итогам анализа результатов фокус-группы № RG- 1345- G6 от 09.06.2020 86 % респондентов положительно ответили на вопрос «Видели Вы ли раньше рекламу макета «3,1 % ипотека для всех» ЖК «Кузьминки»?», 61 % опрошенных знакомы с содержанием макета благодаря статическим рекламным конструкциям.

В рамках проводимой рекламной кампании рекламная информация размещалась двумя вариантами DIGITAL – макетов:

1. «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 % вариант 1» размещался на указанной рекламной конструкции в период с «11» июня 2020 г. по «18» июня 2020 г.

2. «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 % вариант 2» размещался на указанной рекламной конструкции в период с «18» июня 2020 г. по «31» июля 2020 г.

Вариант 1 DIGITAL – макета прошел экспертизу на соответствие требованиям Федерального закона «О рекламе», согласованы юридическими отделами Исполнителя и Заказчика и участвовали в фокус-группе организованной, с целью получения результатов эффективности и полноты восприятия целевой аудиторией рекламной информации, в том числе информации о финансовых условиях приобретения недвижимости в ЖК Кузьминки.

По итогам анализа результатов фокус-группы № RG- 1345- G6 от 09.06.2020 66 % респондентов положительно ответили на вопрос «Насколько полно Вы восприняли информацию на макете «3,1 % ипотека для всех»?», 16 % ответили, что воспринимают данную информацию частично, **12 % ответили недостаточно информации на макете** и только **6 % ответили, что информация не воспринимается**. 63 % респондентов полностью воспринимают информацию о финансовых условиях приобретения недвижимости со ставкой 3,1 % из общего числа ответивших на вопрос «Укажите наиболее подходящий ответ о доступности отображения и восприятия информации о финансовых условиях приобретения недвижимости со ставкой 3,1 %», только **25**

% респондентов, считают такую информацию недостаточной...».

Аналогичная позиция изложена представителем ИП <...> на заседании 15.10.2020.

Дополнительно в адрес Омского УФАС России представлен Отчет по итогам анализа результатов опроса оценки эффективности DIGITAL – макета «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %» (далее – Отчет).

Проанализировав содержание Отчета, Комиссия пришла к выводу, что его результаты не могут быть в полной мере объективны и применимы к рассматриваемой рекламе ввиду того, что согласно Отчету объектом опроса выступал **DIGITAL – макет** «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %», т.е. дословно **цифровой макет**, а не сама реклама, размещенная на улицах города Омска.

Более того, местом проведения опроса указана **адресная программа** DIGITAL рекламных конструкций формата 3х6, но при этом Отчет не содержит информации о том, какой именно способом размещалась реклама – стабильно либо посредством видеоролика или путем вращающейся конструкции со сменяемым изображением, а также с какого расстояния респонденты осуществляли ее осмотр и в течение какого времени.

Учитывая изложенная, Комиссия не может согласиться с позицией ИП <...> и признать указанную рекламу надлежащей, поскольку специфика ее распространения не позволяла потребителю рекламы ознакомиться с условиями, влияющими на окончательную стоимость финансовой услуги - при этом человек с хорошим зрением, в том числе водители и пешеходы, могли воспринимать в рассматриваемой рекламе исключительно логотип «Кузьминки» и словосочетание «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %», с остальными условиями предоставления финансовой услуги ознакомиться было невозможно именно в силу мелкого шрифта, динамического характера сменяемости рекламы и короткого временного промежутка ее распространения.

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»» указано: **«если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), 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 силу части 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.

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

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 определения, данного в пункте 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является рекламодателем, т.е. лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламы.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет

ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, пояснения ИП <...>, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП <...> требований части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы «Кузьминки ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 % 906-103...».

Учитывая пояснения ИП <...> на заседании Комиссии 15.10.2020 о том, что рассматриваемая реклама размещалась до 31.07.2020 и в настоящее время не распространяется, Комиссией Омского УФАС России принято решение о нецелесообразности выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 «Кузьминки ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 % 906-103...», распространенную 16.06.2020 ИП <...> (ОГРНИП <...>, ИНН <...>) на рекламной конструкции (индекс № 3675), установленной на съезде с Ленинградского моста (вблизи пересечения ул. Масленикова с ул. Ленина, напротив жилого дома, расположенного по адресу: Ленинградская площадь, 1 в городе Омске), ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание ИП <...> о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

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

Решение изготовлено в полном объеме 21 октября 2020 года.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>