

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе: председателя Комиссии – <...>; членов Комиссии: <...>, <...>,

в присутствии от лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: <...> - представителя общества с ограниченной ответственностью специализированный застройщик «Кировспецмонтаж» (далее – ООО СЗ «Кировспецмонтаж») по доверенности № б/н от <...>,

рассмотрев материалы дела № 043/05/28-935/2020, возбужденного по признакам нарушения пункта 2 части 2, статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения информации: «Кировспецмонтаж специализированный застройщик* ипотека на все квартиры 0,5%* <...>* ВТБ» на рекламных конструкциях, расположенных в г. Кирове по адресам: ул. <...>, <...>,

УСТАНОВИЛА:

при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» сотрудниками Кировского УФАС России зафиксирована информация следующего содержания: «Кировспецмонтаж специализированный застройщик* ипотека на все квартиры 0,5%* <...>* ВТБ», размещенная на рекламных конструкциях, расположенных в г. Кирове по адресам: ул. <...> (согласно акту фиксации рекламы от 15.07.2020); <...> (согласно акту фиксации рекламы от 21.07.2020).

Определением от 20.10.2020 возбуждено дело № 043/05/28-935/2020 в отношении ООО СЗ «Кировспецмонтаж» по признакам нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 11.11.2020 в 10 часов 30 минут.

Определением от 11.11.2020 срок рассмотрения дела № 043/05/28-935/2020 продлен. Рассмотрение дела отложено в связи с необходимостью получения от ООО СЗ «Кировспецмонтаж» документов и сведений. Рассмотрение дела назначено на 22.12.2020 в 11 часов 00 минут.

Определением от 22.12.2020 рассмотрение дела отложено в связи с необходимостью получения от ООО СЗ «Кировспецмонтаж» дополнительных документов и сведений. Рассмотрение дела назначено на 13.01.2021 в 10 часов 00 минут.

Определением от 13.01.2021 объявлен перерыв в рассмотрении дела № 043/05/28-935/2020, в связи с необходимостью получения от ПАО «ВТБ» дополнительных документов и сведений. Рассмотрение дела назначено на 19.01.2021 в 11 часов 30

минут.

Определением от 19.01.2021 объявлен перерыв в рассмотрении дела № 043/05/28-935/2020, в связи с необходимостью получения от ПАО «ВТБ» дополнительных документов и сведений. Рассмотрение дела назначено на 25.01.2021 в 14 часов 30 минут.

Определением от 25.01.2021 объявлен перерыв в рассмотрении дела № 043/05/28-935/2020 в связи с поступлением от ООО СЗ «Кировспецмонтаж» ходатайства об ознакомлении с материалами дела. Рассмотрение дела назначено на 29.01.2021 в 09 часов 15 минут.

На заседании Комиссии по рассмотрению дела № 043/05/28-935/2020, состоявшемся 29.01.2021, представитель ООО СЗ «Кировспецмонтаж» по доверенности № б/н от <...> – <...> пояснила следующее.

- в материалах дела отсутствуют доказательства (объективные данные), свидетельствующие о нарушении ООО СЗ «Кировспецмонтаж» требований, установленных частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе»;

- максимальная сумма кредитного продукта указана на основании Правил возмещения кредитным и иным организациям недополученных доходов по жилищным (ипотечным) кредитам (займам), выданным гражданам Российской Федерации в 2020 и 2021 годах, утвержденных постановлением Правительства № 566 от 23.04.2020 (далее – Правила); сведения, содержащиеся в ответе на запрос, представленном ПАО «ВТБ» (<...>) являются некорректными, поскольку представлены с учетом внесенных изменений в Правила. Реклама была размещена в мае 2020 года и все условия, указанные в ней, были действующими. Срок предоставления ипотечных кредитов от 1 года до 20 лет не превышает срок, указанный банком от 1 до 30 лет;

- потребитель не вводился в заблуждение, поскольку заключенные с потребителем договоры соответствовали условиям рекламы;

- в актах фиксации рекламы отсутствует информация о применяемом для фото-видеофиксации устройстве (его технических характеристиках (расстояние, резкость, контрастность, цвет и т.д.), исправности, проводимой поверке, принадлежности данного устройства конкретному лицу);

- основанием для возбуждения дела явилось субъективное мнение трех сотрудников антимонопольного органа, которые зафиксировали спорную рекламу, а также субъективное мнение членов Экспертного совета, основанное на актах, составленных должностными лицами антимонопольного органа и некачественных фотоматериалах, в отсутствие личного восприятия рекламной информации по месту ее распространения; материалами дела подтверждается: рекламная информация содержит все предусмотренные законодательством существенные условия;

- протокол заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области и акты фиксации рекламы не согласуются между собой, противоречат

друг другу относительно содержания рекламной информации. Спорная информация обозревалась лично тремя сотрудниками Кировского УФАС России, только один из которых являлся членом Экспертного совета и участвовал в принятии решений по вопросам повестки Экспертного совета. При этом все члены Экспертного совета, как следует из протокола от 09.09.2020, принимали участие в голосовании и единогласно пришли к выводу о наличии нарушений;

- имеющиеся в материалах дела черно-белые фотографии рекламной информации не идентичны цветным изображениям, следовательно, факт нарушения ООО СЗ «Кировспецмонтаж» требований законодательства Российской Федерации о рекламе не подтвержден.

Также представитель Ответчика представила дополнительные пояснения от <...> № б/н (вх. № <...> от <...>).

Комиссия Кировского УФАС России, выслушав позицию представителя ответчика, рассмотрев материалы дела, пришла к следующим выводам.

Кировским УФАС России установлено, что на рекламных конструкциях, расположенных в г. Кирове по адресам: ул. <...> (акт фиксации от 15.07.2020), <...> (акт фиксации от 21.07.2020) распространялась информация следующего содержания: «Кировспецмонтаж специализированный застройщик* ипотека на все квартиры 0,5%* <...>* ВТБ», выполненная крупным шрифтом (акт фиксации от 15.07.2020). В нижней части рекламного баннера также была указана информация, выполненная мелким (нечитаемым) шрифтом. В рамках рассмотрения дела № 043/05/28-935/2020 письмом № <...> от <...> (вх. № <...> от <...>) ООО СЗ «Кировспецмонтаж» был представлен макет зафиксированной Кировским УФАС России спорной информации, содержащий читаемый шрифт, на основании которого установлено содержание информации, выполненной мелким (нечитаемым) шрифтом: «Ставка в размере 0,5% действует в течение 8 месяцев с даты заключения кредитного договора в случае оформления полного комплексного страхования и первоначальном взносе не менее 20%. По истечении 8 месяцев процентная ставка в рублях РФ составит 6,5% в рамках программы «Ипотека с господдержкой 2020» (при условии комплексного страхования). Заемщики – граждане РФ. Сумма кредита не более 3 млн. руб. Первоначальный взнос – не менее 20% от стоимости приобретаемой недвижимости. Срок кредита – от 1 до 20 лет. Срок действия программы до 01.11.2020. Банк ВТБ (ПАО). Генеральная лицензия Банка России № <...>. ООО Спецзастройщик «Кировспецмонтаж», ОГРН <...>, ИНН <...>, ул. <...>. Проектные декларации на сайте <...>.ru».

На основании пункта 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это 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.

Под объектом рекламирования, в силу пункта 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» подразумевается 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.

Информация: «Кировспецмонтаж специализированный застройщик* ипотека на все квартиры 0,5%* <...>* ВТБ», выполненная крупным шрифтом и содержащая в нижней части рекламного баннера информацию, выполненную мелким (нечитаемым) шрифтом: «Ставка в размере 0,5% действует в течение 8 месяцев с даты заключения кредитного договора в случае оформления полного комплексного страхования и первоначальном взносе не менее 20%. По истечении 8 месяцев процентная ставка в рублях РФ составит 6,5% в рамках программы «Ипотека с господдержкой 2020» (при условии комплексного страхования). Заемщики – граждане РФ. Сумма кредита не более 3 млн. руб. Первоначальный взнос – не менее 20% от стоимости приобретаемой недвижимости. Срок кредита – от 1 до 20 лет. Срок действия программы до 01.11.2020. Банк ВТБ (ПАО). Генеральная лицензия Банка России № <...>. ООО Спецзастройщик «Кировспецмонтаж», ОГРН <...>, ИНН <...>, ул. <...>. Проектные декларации на сайте <...>.ru» является рекламой, поскольку обладает всеми юридически значимыми признаками рекламы, а именно:

- распространяется с помощью рекламных конструкций стабильного территориального размещения (рекламных щитов);
- адресована неопределенному кругу лиц (конструкции размещены рядом с пешеходной и проезжей частями дороги дороги);
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: ипотеке, предоставляемой ПАО «ВТБ» на квартиры ООО СЗ «Кировспецмонтаж» по привлекательной для потребителя ставке 0,5 % годовых и ее продвижению на рынке.

В соответствии с пунктом 6 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции») финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

В соответствии с пунктом 4 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1 Федерального закона от 16.07.1998 № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» по договору о залоге недвижимого

имущества (договору об ипотеке) одна сторона - залогодержатель, являющийся кредитором по обязательству, обеспеченному ипотекой, имеет право получить удовлетворение своих денежных требований к должнику по этому обязательству из стоимости заложенного недвижимого имущества другой стороны - залогодателя преимущественно перед другими кредиторами залогодателя, за изъятиями, установленными федеральным законом.

На основании части 1 статьи 819 Гражданского кодекса Российской Федерации по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты за пользование ею, а также предусмотренные кредитным договором иные платежи, в том числе связанные с предоставлением кредита. В случае предоставления кредита гражданину в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (в том числе кредита, обязательства заемщика по которому обеспечены ипотекой), ограничения, случаи и особенности взимания иных платежей, указанных в абзаце первом настоящего пункта, определяются законом о потребительском кредите (займе).

Исходя из вышеперечисленного следует что, ипотека является разновидностью кредита, предоставляемого под залог недвижимости. Таким образом, объектом рекламирования в спорной рекламе является финансовая услуга (кредит, обеспеченный ипотекой), следовательно, на такую рекламу распространяются требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Частью 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» установлено следующее: если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

В пункте 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

Реклама финансовой услуги: *«Кировспецмонтаж специализированный застройщик* ипотека на все квартиры 0,5%* <...>* ВТБ»* содержит условие, влияющее на стоимость кредита, обеспеченного ипотекой, а именно: сведения о ставке в размере 0,5 % годовых, которое доведено до потребителя, поскольку выполнено крупным шрифтом, однако остальные существенные условия: срок действия льготной ставки в размере 0,5 %, условия предоставления кредита, обеспеченного ипотекой по ставке 0,5%, в том числе: необходимость заключения комплексного договора страхования, наличия первоначального взноса не менее 20%, а также

информация о том, что по истечении восьми месяцев процентная ставка в рублях составит 6,5% в рамках программы «Ипотека с господдержкой 2020» (при условии комплексного страхования); заемщики – граждане Российской Федерации; сумма кредита не более 3 миллионов рублей; первоначальный взнос не менее 20 % от стоимости приобретаемой недвижимости; срок кредита от 1 до 20 лет; срок действия программы до 01.11.2020, выполнены мелким шрифтом в нижней части рекламного баннера и являются нечитаемыми для потребителя, следовательно, указанные сведения не доведены до потребителя и формальное присутствие в рекламе этих сведений не может восприниматься как их фактическое наличие, соответственно, спорная реклама содержит нарушение части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна: умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В рекламе финансовой услуги: «Кировспецмонтаж специализированный застройщик* ипотека на все квартиры 0,5%* <...>* ВТБ» содержится условие получения кредита, обеспеченного ипотекой, а именно: ставка в размере 0,5% годовых, однако иные вышеуказанные условия, влияющие на сумму расходов, которые понесут потребители, воспользовавшиеся финансовой услугой, в том числе: «Ставка в размере 0,5% действует в течение 8 месяцев с даты заключения кредитного договора в случае оформления полного комплексного страхования и первоначальном взносе не менее 20%. По истечении 8 месяцев процентная ставка в рублях РФ составит 6,5% в рамках программы «Ипотека с господдержкой 2020» (при условии комплексного страхования). Заемщики – граждане РФ. Сумма кредита не более 3 млн. руб. Первоначальный взнос – не менее 20% от стоимости приобретаемой недвижимости. Срок кредита – от 1 до 20 лет. Срок действия программы до 01.11.2020» выполнены мелким шрифтом, который не читаем, соответственно не доведены до потребителя, следовательно, спорная реклама содержит нарушение пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно 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.

Письмом от <...> № <...> (вх. № <...> от <...>) ПАО «ВТБ» представило информацию, согласно которой одним из существенных условий рекламируемой финансовой услуги является: срок кредитования от 1 года до 30 лет, а сумма кредита - от 600 тысяч до 6 миллионов рублей, кроме того, согласно условиям льготной программы кредитования, регион приобретения объектов недвижимости по специальным условиям кредитования – Кировская область. Дополнительно ПАО «ВТБ» поясняет, что в период с мая по июль 2020 года в рамках вышеуказанной программы кредитования заключено <...> кредитные сделки с клиентами ПАО «ВТБ» и ООО СЗ «Кировспецмонтаж».

В материалах дела имеется макет рекламы, представленный ООО СЗ «Кировспецмонтаж», содержащий читаемые условия предоставления кредита, обеспеченного ипотекой, а именно:

- срок предоставления кредита, обеспеченного ипотекой (согласно спорной рекламе) составляет от 1 года до 20 лет;
- максимальная сумма кредита, обеспеченного ипотекой (согласно спорной рекламе) до 3 миллионов рублей.

Кроме того, в спорной рекламе отсутствует информация о том, что льготные условия предоставления кредита, обеспеченного ипотекой распространяются исключительно на территории Кировской области.

Исходя из вышеперечисленного следует, что условия предоставления кредита, обеспеченного ипотекой (указанные в рекламе) не соответствуют фактическим условиям предоставления кредита, обеспеченного ипотекой, следовательно, информация, содержащаяся в рекламе является недостоверной и вводит потребителей в заблуждение.

Комиссия не принимает во внимание в качестве обоснованного довод Ответчика о том, что максимальная сумма кредитного продукта указана на основании Правил возмещения кредитным и иным организациям недополученных доходов по жилищным (ипотечным) кредитам (займам), выданным гражданам Российской Федерации в 2020 и 2021 годах, утвержденных постановлением Правительства № 566 от 23.04.2020 (далее – Правила). Сведения, содержащиеся в ответе на запрос, представленном ПАО «ВТБ» (вх. № <...> от <...>) являются некорректными, поскольку представлены с учетом внесенных изменений в Правила. Реклама была размещена в мае 2020 года и все условия, указанные в ней были действующими.

Установлено, что постановлением Правительства Российской Федерации от 27.06.2020 № 937 были внесены изменения в подпункт «в» пункта 5 Правил, в частности относительно суммы кредита (в абзаце втором слова «до 3 млн. рублей» заменить словами «до 6 млн. рублей»). Вышеуказанное постановление вступило в силу 29.06.2020. Поскольку реклама распространялась с мая по июль (включительно), что подтверждается актами фиксации рекламы от 15.07.2020, 21.07.2020, а также вышеуказанными договорами, счетами на оплату и платежными поручениями, соответственно, на дату распространения рекламы сведения о сроке предоставления кредита (ипотеки) и максимальной сумме кредита (ипотеки) являются недостоверными, а также отсутствуют сведения о том, что льготная программа кредитования распространялась только на территории Кировской области, что вводит потребителя в заблуждение.

Поскольку распространенная реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие всех существенных условий об условиях кредита (ипотеки), может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой, следовательно, спорная реклама распространена с нарушением части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Указанная в спорной рекламе мелким (нечитаемым) шрифтом информация, содержащая существенные для потребителя условия пользования кредитным продуктом, визуально не воспринимается, что подтверждается актом фотофиксации рекламы от 21.07.2020, актом фото-видеофиксации рекламы от 15.07.2020, а также содержит недостоверные сведения о сроке предоставления кредита, обеспеченного ипотекой и минимальной и максимальной сумме кредита, в отсутствие информации о территории, на которой распространяются льготные условия предоставления финансовой услуги (Кировская область).

На основании вышеперечисленного, Комиссией Кировского УФАС России сделан вывод о том, что спорная реклама вводит в заблуждение потребителя и содержит нарушение части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Доводы Ответчика о том, что текст рекламы читаем и доступен для потребителя, поскольку набран простым рубленным шрифтом на контрастном фоне без использования полутонов; действующее законодательство о рекламе не содержит требований к размеру шрифта рекламной информации, цветовой гамме и т.д., а также довод о том, что основанием для возбуждения дела явилось субъективное мнение трех сотрудников антимонопольного органа, которые зафиксировали спорную рекламу являются необоснованными на основании следующего.

Комиссия Кировского УФАС России делает вывод о невозможности прочтения текста рекламы, расположенного в нижней части рекламного баннера исходя визуального восприятия спорной рекламы, а именно: высоты рекламных конструкций, мелкого шрифта, выполненного светло-серым цветом на белом фоне, невозможности беспрепятственно подойти к конструкциям ввиду наличия ограждений, вида рекламных конструкций (изменяющаяся поверхность). Объективность данного вывода подтверждается актами фиксации рекламы от 15.07.2020, от 21.07.2020 и видеозаписью, приложенной к акту фиксации рекламы от 15.07.2020.

Неуказание законодателем в Федеральном законе «О рекламе» требований к размеру шрифта, которым должна быть выполнена рекламная информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта должен быть любым. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации, реклама не должна вводить потребителя в заблуждение относительно условий представления финансовой услуги.

Кроме того, Комиссией принимается во внимание протокол заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области от 09.09.2020.

Согласно мнению членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России, высказанным на заседании 09.09.2020, которое заключается в следующем: информация: «*Кировспецмонтаж специализированный застройщик** ипотека на все квартиры 0,5%* <...>* ВТБ» является рекламой, шрифт с существенными условиями в рекламе не читаем. Текст, напечатанный светло-серым шрифтом на белом фоне, является неприметным и сливающимся в одну светлую полосу, что делает такой текст трудным для восприятия. Члены Экспертного совета, которые регулярно ходят по маршруту, где расположена данная реклама, утверждают, что светло-серые буквы на белом фоне невозможно прочесть с близкого расстояния. Также Экспертным советом

отмечено, что распространение подобной рекламы вводит потребителя в заблуждение, поскольку отсутствует указание на срок предоставления ипотеки под 0,5 % (год или месяц), а также нечитаемый текст иных существенных условий, формально указанных, не позволяет потребителю в должной мере оценить все условия, предоставления привлекательной ставки.

В состав Экспертного Совета при Кировском УФАС России входят представители органов местного самоуправления, научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики, соответственно, в рассматриваемом случае их мнение принимается комиссией в качестве надлежащего доказательства невозможности восприятия потребителем текста рекламы, выполненного мелким шрифтом.

На основании вышеизложенного, Комиссией Кировского УФАС России сделан вывод о том, что текст спорной рекламы, размещенный в нижней части рекламного баннера, является нечитаемым, что не позволяет потребителям объективно воспринимать и оценивать все существенные условия предоставления финансовой услуги.

Доводы ООО СЗ «Кировспецмонтаж» о субъективности мнения членов Экспертного совета, о некачественных материалах, обзриваемых членами Экспертного совета, о противоречии актов фиксации рекламы протоколу заседания Экспертного совета являются необоснованными ввиду следующего.

Состав Экспертного совета формируется и утверждается приказом руководителя Кировского УФАС России. На заседании Экспертного совета, состоявшемся 09.09.2020, членами Экспертного совета оценивалась спорная реклама на основании цветных фотографий (в том числе с увеличением изображения, которое позволило оценить шрифт и расположение рекламы) и видеозаписи, которые являются приложениями к актам фиксации рекламы от 15.07.2020, от 21.07.2020. Таким образом, на заседании Экспертного совета были представлены фото и видеоматериалы, приложенные к актам фиксации рекламы. Члены Экспертного совета также являются потребителями рекламы и их мнение, как незаинтересованных в исходе дела лиц, имеет существенное значение.

Члены Экспертного совета не голосуют, а высказывают свое мнение с точки зрения потребителя рекламы, а должностные лица Кировского УФАС России не принимают участия в обсуждении спорной рекламной информации.

Довод ООО СЗ «Кировспецмонтаж» о том, что имеющиеся в материалах дела черно-белые фотографии рекламной информации не идентичны цветным изображениям, является необоснованным, поскольку в материалах дела содержатся как цветные, так и черно-белые фотографии, которые являются приложением к актам фиксации рекламы от 15.07.2020, от 21.07.2020. Кроме того, к акту фиксации рекламы от 15.07.2020 приложена видеозапись рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Киров, ул. Воровского, д. 103а.

Довод Ответчика о том, что объекты размещения рекламы являются стационарными, потребитель имел возможность ознакомления с информацией и не был ограничен во времени; имелась возможность беспрепятственно подойти к конструкции (вх. № <...> от <...>) не соответствует фактическим обстоятельствам дела на основании следующего.

Рекламная конструкция, расположенная в г. Кирове по адресу: <...> (место в схеме № <...>), на которой размещалась спорная реклама, расположена таким образом, что не позволяет потребителю подойти вплотную, поскольку вдоль дороги установлено ограждение (акт фиксации от 15.07.2020), кроме того, тип конструкции – призматрон (рекламоноситель, визуальная поверхность которого, благодаря тому, что состоит из трёхгранных поворачивающихся призм, может изменяться. Через заданный промежуток времени призмы поворачиваются вокруг своей оси, демонстрируя по очереди каждую из трёх граней), в связи с чем, восприятие потребителем рекламной информации осуществляется в ограниченном промежутке времени.

В свою очередь, письмом № <...> от <...> (вх. № <...> от <...>) МКУ «Городская реклама» представило информацию, согласно которой высота рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Киров, ул. <...> составляет 5,5 м (согласно проектной документации), что существенно затрудняет восприятие размещенной на вышеуказанной конструкции рекламы, поскольку конструкция существенно выше среднего роста человека.

Рекламная конструкция, расположенная в г. Кирове <...> (место в схеме № <...>), на которой размещалась спорная рекламная информация, установлена на газоне за дорожным ограждением (акт фиксации от 21.07.2021) и также не позволяет потребителю подойти вплотную и ознакомиться с рекламой, является конструкцией типа «призматрон», как и в первом случае, время ознакомления потребителя с информацией ограничено.

Оценив имеющиеся в материалах дела документы, Комиссией Кировского УФАС России установлено, что при формальном присутствии в рекламе необходимой информации такие обстоятельства как расположение рекламной конструкции, размер шрифта, не позволяют потребителем воспринимать все сведения об условиях предоставляемой услуги, и, следовательно, не может рассматриваться как ее фактическое наличие, поскольку наружная реклама характеризуется импульсивностью восприятия потребителем размещенной на ней информации, предназначена для широкого круга потребителей: пешеходов, идущих по тротуару, а также водителей транспортных средств и их пассажиров, которые ограничены во времени считывания рекламной информации. Предполагаемое Ответчиком наличие возможности подойти к рекламным конструкциям не опровергает необходимость восприятия информации со значительного расстояния, а также при длительном сосредоточении внимания, возможностью для которого не располагают ни пешеходы, ни водители ни пассажиры проезжающего транспорта.

Довод Ответчика о том, что в актах фиксации рекламы отсутствует информация о применяемом для фото-видеофиксации устройстве (его технических характеристиках (расстояние, резкость, контрастность, цвет и т.д.), исправности, проводимой проверке, принадлежности данного устройства конкретному лицу является необоснованным, поскольку для фото и видеофиксации рекламы не предусмотрено наличие специального оборудования. В актах фиксации рекламы, содержащихся в материалах дела, указана достаточная информация об устройствах, с помощью которых проводилась фотофиксация и видеофиксация, проверка для данных устройств не требуется.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»

ответственность за нарушение требований пункта 2 части 2, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

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

Комиссией Кировского УФАС России на основании письма МКУ «Городская реклама» № <...> от <...> (вх. № <...> от <...>) установлено, что владельцем рекламной конструкции, расположенной по адресу: <...> (место в схеме № <...>), на которой в период с мая по июль 2020 года размещалась спорная реклама, является АО «Экран», которое имеет действующее разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции № <...> от <...>.

Согласно договору на оказание рекламных услуг № <...> от <...>, заключенному между ИП <...> (Исполнитель) и ООО СЗ «Кировспецмонтаж» (Заказчик) Исполнитель по заданию Заказчика обязуется оказать Заказчику рекламные услуги следующего характера: разработка логотипа, фирменного стиля, дизайн-макеты полиграфической продукции, дизайн-макеты рекламно-презентационных материалов, а Заказчик обязуется принять и оплатить данные услуги в соответствии с условиями договора. Согласно приложению № <...> от <...> к договору на оказание рекламных услуг № <...> от <...> сторонами согласованы условия на оказание услуги по разработке идеи рекламного баннера. Факт исполнения договора подтверждается счетом на оплату № <...> от <...>, актом выполненных работ № <...> от <...>, платежным поручением № <...> от <...>.

Согласно договору № <...> от <...>, заключенному между АО «Экран» (Исполнитель) и ООО СЗ «Кировспецмонтаж» (Заказчик), Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя выполнение комплекса работ и услуг, направленных на размещение рекламной информации Заказчика на рекламном объекте исполнителя, по ценам и в сроки, согласованные сторонами. Приложением № <...> от <...> к договору № <...> от <...> сторонами согласовано местоположение рекламной конструкции, на которой распространялась спорная реклама (рекламная конструкция, расположенная по адресу: <...>, а также срок рекламной кампании, который определяется с <...> по <...> с последующей пролонгацией. Факт исполнения вышеуказанного договора подтверждается следующими документами: счет на оплату № <...> от <...>, акт выполненных работ № <...> от <...>, платежное поручение № <...> от <...>), счет на оплату № <...> от <...>, акт выполненных работ № <...> от <...>, платежное поручение № <...> от <...>, счет на оплату № <...> от <...>, акт выполненных работ № <...> от <...>, платежное поручение № <...> от <...>, счет на оплату № <...> от <...>, акт выполненных работ № <...> от <...>, платежное поручение № <...> от <...>.

В свою очередь, на основании письма МКУ «Городская реклама» № <...> от <...> (вх. № <...> от <...>) установлено, что владельцем рекламной конструкции, расположенной на перекрестке ул. <...> (место в схеме № <...>), на которой в период с мая по июль 2020 года размещалась спорная реклама, является ООО «АУТДОР-Вятка», которое имеет действующее разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции № <...> от <...>.

На основании договора аренды рекламной конструкции № <...> от <...>, заключенного между ООО «АУТДОР-Вятка» (Арендодатель) и ООО

«Александровский сад» установлено, что Арендодатель передает, а Арендатор принимает во временное пользование рекламные конструкции, перечень которых согласован сторонами в Приложениях к настоящему договору и являющихся его неотъемлемой частью. Согласно Приложению № <...> от <...> к договору аренды рекламной конструкции № <...> от <...> рекламная конструкция № <...>, расположенная на <...>, на которой в период с мая по июль 2020 г. размещалась спорная реклама, передается ООО «АУТДОВ-Вятка» в аренду ООО «Александровский сад», срок аренды определяется <...> по <...>.

Согласно договору аренды рекламной конструкции № <...> от <...>, заключенного между ООО «Александровский сад» (Арендодатель) и ООО СЗ «Кировспецмонтаж» (Арендатор), Арендодатель передает, а Арендатор принимает во временное пользование рекламные конструкции, перечень которых согласован сторонами в Приложениях к настоящему договору и являющихся его неотъемлемой частью. Согласно приложению № <...> от <...> к договору аренды рекламной конструкции № <...> от <...> Арендодатель передает Арендатору в аренду рекламную конструкцию, расположенную на <...>, на которой в период с мая по июль 2020 г. размещалась спорная реклама. Срок аренды определяется с <...> по <...>. Факт исполнения договора № <...> от <...> подтверждается следующими документами: счет на оплату № <...> от <...>, акт выполненных работ № <...> от <...>, платежное поручение № <...> от <...>, счет на оплату № <...> от <...>, акт выполненных работ № <...> от <...>, платежное поручение № <...> от <...>, счет на оплату № <...> от <...>, акт выполненных работ № <...> от <...>, платежное поручение № <...> от <...>.

Кроме того, на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 043/05/28-935/2020 представитель Ответчика пояснила, что договоры на изготовление рекламных баннеров Ответчиком не заключались, рекламные баннеры изготавливались в рамках оказания услуг по монтажу рекламы (пояснения Ответчика отражены в протоколе заседания Комиссии от 13.01.2021).

Исходя из документов имеющихся в материалах дела № 043/05/28-935/2020, письменных и устных пояснений лиц, участвующих в деле, Комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является общество с ограниченной ответственностью специализированный застройщик «Кировспецмонтаж» (<...>), которое несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 2, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила рассмотрения дел).

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения дел при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В материалах дела имеются документально подтвержденные сведения о том, что на момент принятия Комиссией решения спорная реклама на рекламных конструкциях, расположенных в г. Кирове по адресам: <...>, <...> не распространяется (акты фиксации рекламы от 29.01.2021).

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела содержится документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия Кировского УФАС России приняла решение о нецелесообразности выдачи ООО СЗ «Кировспецмонтаж» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ 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.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении общества с ограниченной ответственностью специализированный застройщик «Кировспецмонтаж» (<...>) и его должностного лица.

Руководствуясь статьями 3, 5, 28, 33 и 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 – 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия Кировского УФАС России,