

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 237-05-1/2018

«29» мая 2018 года г. Рязань

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе (далее Комиссия): <...>, рассмотрев дело № 237-05-1/2018 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения на странице 5 газеты «Pro Город Рязань» № 7 (128) от 24 февраля 2018 рекламы «Межевание в марте 6 000 рублей» с признаками нарушения пункта [4 части 3](#) и [части 7 статьи 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее – Закон о рекламе), в присутствии представителей ООО Хозяйственно-правовой центр «Формула» - <...> (доверенность от 10.05.2018), <...> ,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе сотрудниками Рязанского УФАС России: <...>, выявлен факт распространения на странице 5 газеты «Pro Город Рязань» № 7 (128) от 24 февраля 2018 рекламы «Межевание в марте 6 000 рублей» следующего содержания: «Если вами не проведено межевание с координированием границ земельного участка, то вы не сможете на законных основаниях защищать права на участок, являющейся вашей собственностью. Межевание означает, что границы участка определены в установленном законом порядке и внесены в ЕГРН. Это защищает от захвата вашей земли другими лицами и может привести к судебным разбирательствам. Землепользователи, которые имеют на руках только садовые книжки, рискуют оказаться на правах пользователя или арендатора. Если вы пользуетесь земельным участком, но не имеете на него документов установленного образца, обращайтесь в компанию «Формула». Только в марте на межевание действует спеццена – 6000 рублей! Контакты: ул. Праволыбедская, 40, 5 этаж, офис 19-1 (БЦ «Капитал»), т. 95-85-37, 8-930-874-70-00», нарушающая пункт [4 части 3](#) и [часть 7 статьи 5](#) Федерального закона "О рекламе".

Данный факт подтвержден протоколом осмотра газеты «Pro Город Рязань» № 7 (128) от 24 февраля 2018 Рязанского УФАС России от 13.03.2018.

В ходе наблюдения за соблюдением рекламного законодательства сотрудником Рязанского УФАС России 19.03.2018 был осуществлен звонок на телефонный номер 8-930-874-70-00, указанный в газете длительностью 1мин.18сек. В ходе разговора которого, межевание участка в 60 соток компанией за 6000 рублей компанией «Формула» было отказано.

В соответствии со [ст. 3](#) 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;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с [п. 4 ч. 3 ст. 5](#) Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Согласно [ч. 7 ст. 5](#) 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.

Управлением установлено, что на распространение указанной рекламе заключен договор №302 от 08.11.2017 между ООО Хозяйственно-правовой центр «Формула» и ООО «Про Город 62».

Кроме того, согласно представленным документам от ООО Хозяйственно-правовой центр «Формула» - прейскуранту на услуги ООО ХПЦ «Формула» по кадастровой деятельности: изготовление межевого плана земельного участка – от 8000 рублей.

В соответствии с [ч. 6 ст. 38](#) Закона о рекламе, рекламодатель несет ответственность за нарушение [п. 4 ч. 3, ч. 7 ст. 5](#) Закона о рекламе.

В соответствии с [пунктом 5 статьи 3](#) ФЗ "О рекламе" рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем является ООО Хозяйственно-правовой центр «Формула» (ИНН/ОГРН 4004010670/1024000566479, ул. Гагарина, д.1, оф.702, г. Калуга, 248000).

На основании изложенного возбуждено дело о нарушении Закона о рекламе. Определением о возбуждении дела №237-05-1/2018 от 26.04.2018 (исх.№2090) у ООО Хозяйственно-правовой центр «Формула» запрошены документы и сведения, необходимые для рассмотрения дела, в том числе мотивированное письменное пояснение по факту нарушения рекламного законодательства.

На заседании Комиссии представители ответчика факт нарушения [Закона](#) о рекламе не признали, поддержали доводы, изложенные в письменных пояснениях.

Согласно пояснениям рекламодателя в рекламе имелось в виду, что в межевание стоимостью 6 000 рублей распространяется на садоводческие

участки правильной формы и небольшого размера. При этом подтвердили, что на земельный участок площадью 60 соток не сделают межевой план.

Исследовав документы, имеющиеся в материалах дела, и выслушав объяснения представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия Рязанского УФАС России приходит к следующим выводам.

В [п. 28](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" указано, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые [Законом](#) о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг/ приобретения товара.

Размер скидки в период акции значителен для потребителя, т.к. цена на товар - один из ведущих факторов конкурентной борьбы, указание в рекламе на конкретный размер скидки привлекает внимание потребителей к объекту рекламирования и способно сформировать интерес потребителей к рекламируемому товару. Информация о размере скидки является существенной информацией о товаре и условиях его приобретения.

[Часть 7 статьи 5](#) Закона о рекламе не допускает умолчание в рекламе информации (ее части), которая является значимой и необходимой для того, чтобы сделать верный вывод о свойствах рекламируемого объекта, приобрести его и использовать надлежащим образом.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ею воспользоваться. Поэтому существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Отсутствие в рекламе существенной части информации приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром или видом услуг.

В целом вводящая в заблуждение реклама может формально являться достоверной, но поскольку рекламодатель умалчивает об отдельных характеристиках рекламируемого товара, условиях его приобретения у потребителя складывается искаженное представление о его потребительских свойствах, условиях использования, предназначении и пр.

Вводящая в заблуждение реклама сообщает не "объективно неправильные (неверные) сведения", а субъективно неправильные, т.е. те, которые способны ввести в заблуждение. Это означает, что при оценке рекламы на предмет введения в заблуждение учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что

имел в виду рекламодаделец, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь их восприятие потребителями.

Однако реакцию потребителей можно оценивать по-разному в зависимости от адресата. При оценке рекламы на способность ввести в заблуждение следует предполагать наличие определенного набора знаний и опыта адресатов рекламы исходя из среднего уровня, характерного, как правило, для существенной части потребительской аудитории.

Распространение рекламы специальной акции, без указания на проведение ее как таковой; вводящей потребителей в заблуждение относительно рекламируемого товара, в связи с отсутствием в ней части существенной информации, способно привести к неправильному выбору потребителей товара, также влияет на оценку и решение потребителей относительно рекламируемых услуг.

Таким образом, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям [ч. 7 ст. 5](#) и [п. 4 ч. 3 ст. 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе".

Руководствуясь пунктом 1 части 2 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 ненадлежащим распространение ООО Хозяйственно-правовой центр «Формула» на странице 5 газеты «Pro Город Рязань» № 7 (128) от 24 февраля 2018 рекламы «Межевание в марте 6 000 рублей», поскольку в ней нарушены требования нарушения пункта [4 части 3](#) и [части 7 статьи 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с прекращением распространения данной рекламы.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Рязанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

<...>