ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 034/05/28-266/2019 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

О РЕКЛАМЕ

09 апреля 2019 г. Волгоград

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, заместитель руководителя управления, Н.И.Б., рассмотрев наружную рекламу застройщика ООО «Пересвет-Юг»,

УСТАНОВИЛ:

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: 1) предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (ч. 1 ст. 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В соответствии с п. 2 Положения о государственном надзоре в области рекламы, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 20.12.2012 № 1346 (далее - Положение) одним из инструментов выявления и фиксации фактов распространения рекламы, имеющей признаки ненадлежащей рекламы, является систематическое наблюдение за исполнением обязательных требований, анализа и прогнозирования состояния исполнения обязательных требований при осуществлении юридическими лицами деятельности в области рекламы.

Волгоградским УФАС России в рамках осуществления полномочий государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе в марте 2019 года было выявлено распространение на территории г. Волгограда наружной рекламы: /с левой стороны крупным хорошо читаемым шрифтом/ Парк Европейский. Квартиры с отделкой от 990 тыс. руб. Must go on» Правее расположено изображение солиста группы «Queen» Фредди Меркьюри (возможно кадр из х/ф «Богемская рапсодия»). Правее данного изображения на белом фоне более мелким, но читаемым шрифтом нанесена информация: «Пересветюг. Строительная компания 96-50-40 peresvet-ug.ru». Под данным текстом шрифтом черного цвета гораздо более мелкого размера нанесена информация. Текст указанной информации был прочтен при непосредственном приближении изображения на камере телефона и содержит данные об объекте строительства, застройщике (ООО «Пересветюг»), разрешении на строительство, информацию о том, что указанная цена действительна для квартир с определённой площадью, сроке действия цены, место ознакомления с проектной декларацией: http://пересветюг.рф/ (см. акт мониторинга № 429-р от 26.03.2019).

Реклама размещена на наружной рекламной конструкции (магистральная арка) над автодорогой (после остановочного пункта общественного транспорта «Зеленое кольцо», Советский район г. Волгограда в сторону движения по пр. Университетскому в Красноармейский район г. Волгограда, в районе ул. им. Академика Королева, «Авторынок).

В соответствии с проектной декларацией, размещённой на сайте http://пересветюг.рф/ краткое фирменное наименование без указания организационно-правовой формы - ООО «Пересвет-Юг».

В соответствии с п. 1 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.

Рассматриваемая информация, размещенная на наружной конструкции, является рекламой, т.к.:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- распространяется посредством наружного рекламного баннера;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке;
- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступают – квартиры от застройщика ООО «Пересвет-Юг» в незавершенном строительством многоквартирном доме.

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

В случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

В соответствии с ч. 7 ст. 28 Закона о рекламе установлено, что реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации

индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

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 (ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе).

Как указал Пленум ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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.

Поэтому 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 (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Рассматриваемый рекламный материал с учетом места размещения над проезжей частью обращен для участников дорожного движения, направляющихся в сторону Красноармейского района г. Волгограда, находится на рекламном щите, расположенном над автомобильной дорогой. Как отмечает судебная практика (см., например, постановление ФАС Волго-Вятского округа от 09.09.2009 по делу № А17-717/2009) наружная реклама рассчитана на импульсивное восприятие информации.

Кроме того, при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации (ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе).

В соответствии с п. 10 ч. 1 ст. 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

В названной сфере наряду с государственным языком Российской Федерации могут использоваться государственные языки республик, находящихся в составе

Российской Федерации, другие языки народов Российской Федерации, а в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, также иностранные языки (ч. 1.1 ст. 3 Закона о рекламе).

В случаях использования в сфере рекламы наряду с государственным языком Российской Федерации государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка тексты на русском языке и на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, должны быть идентичными по содержанию и техническому оформлению, выполнены разборчиво, звуковая информация (в том числе в аудио- и аудиовизуальных материалах, теле- и радиопрограммах) на русском языке и указанная информация на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, также должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи.

В рассматриваемом случае в рекламе использована фраза «Must go on» без указания перевода, что не соответствует требованиям законодательства о государственном языке Российской Федерации (ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе).

Сведения о месте размещения проектной декларации, фирменное наименование застройщика, указанное в проектной декларации, рассматриваемая реклама с учетом места её расположения, размеров шрифтов, условий восприятия рекламы потребителем (водители, находящиеся за рулем движущегося транспорта) не содержит в доступном для потребителя виде.

Ответственность за нарушение ч. 7 ст. 28 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель, при этом рекламодатель отвечает также за нарушение ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе (ч. 6, ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе)

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств ((п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламодателем, исходя из объекта рекламирования, в рассматриваемом случае выступило ООО «Пересвет-Юг» (400075, Волгоград, ул. 51-й Гвардейской, д. 1 А. оф. 2-14, ОГРН: 1053477413813, дата присвоения ОГРН: 30.08.2005, ИНН: 3443066310, КПП: 344301001, marketing@peresvet-ug.ru).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 034/05/28-266/2019 по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 11 ст. 5, ч. 7 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе ООО «Пересвет-Юг» (400075, Волгоград, ул. 51-й Гвардейской, д. 1 А. оф. 2-14, ОГРН: 1053477413813, дата присвоения ОГРН: 30.08.2005, ИНН: 3443066310, КПП: 344301001);

- лицо, обладающее сведениями о рассматриваемых обстоятельствах: администрация г. Волгограда.

3. Назначить дело № 034/05/28-266/2019 к рассмотрению на **___ _____2019 года в ___ часов ___ минут** (по местному времени, МСК +1) по адресу: г. Волгоград, ул. 7-ая Гвардейская, д.12 (каб.6, 5-й этаж, левое крыло).

4. ООО «Пересвет-Юг» представить **на заседание Комиссии** следующую информацию и заверенные надлежащим образом (печатью, а также подписью должностного лица) копии документов:

- письменные объяснения по фактам, послужившим основанием для возбуждения дела;

- сведения о распространении наружной рекламы: «Парк Европейский. Квартиры с отделкой от 990 тыс. руб. Must go on… Пересветюг. Строительная компания 96-50-40 peresvet-ug.ru», включая документы, которыми оформлялись отношения по распространению указанной рекламы (договоры со всеми приложениями, дополнительными соглашениями, актами выполненных работ, документы об оплате, согласованные к размещению макеты и текст рекламы (формата А4 в цветном варианте) с указанием сроков и территории распространения рассматриваемой рекламы;

- полный текст, приведенный в правой части баннера мелким шрифтом;

- укажите размер шрифтов (кегль), которые использовались на рассматриваемых рекламных баннерах «Парк Европейский. Квартиры с отделкой от 990 тыс. руб. Must go on… Пересветюг. Строительная компания 96-50-40 peresvet-ug.ru»;

- обоснование правомерности использования образа солиста группы «Queen» Фредди Меркьюри (или кадра из х/ф «Богемская рапсодия»);

- иную информацию, которую считаете необходимой для полного, всестороннего и объективного рассмотрения дела.

5. Администрации г. Волгограда представить **на заседание Комиссии** следующую информацию и заверенные надлежащим образом (печатью, а также подписью должностного лица) копии документов:

- разрешение на установку и эксплуатацию указанной рекламной конструкции с указанием рекламораспространителя (наименование, ОГРН);

- сведения о включении указанной рекламной конструкции в схему размещения рекламных конструкций с приложением подтверждающих документов;

- сведения о проведенном аукционе или конкурсе на заключение договора на установку и эксплуатацию указанной рекламной конструкции (ч. 5.6 ст. 19 Закона о рекламе) с приложением подтверждающих документов.