П О С Т А Н О В Л Е Н И Е
о назначении административного наказания по делу № 036/04/14.3-167/2019 об административном правонарушении
«11» июля 2019 года город Воронеж
Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Воронежской области (далее – Воронежское УФАС России) Виталий Геннадьевич Попов, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 036/04/14.3-167/2019, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Русс Аутдор» (143421, обл. Московская, р-он Красногорский, автодорога Балтия, километр 26, бизнес-центр «Рига Ленд», стр. 1, ИНН 7731196087) (далее – ООО «Русс Аутдор»), в связи с непосредственным обнаружением специалистом-экспертом отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Воронежского УФАС России Н. М. Федирчуком, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения в сфере предпринимательской деятельности (ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях),
в отсутствие законного представителя ООО «Русс Аутдор» (Общество уведомлено надлежащим образом),
в присутствии представителя ООО «Русс Аутдор» по доверенности <…> (далее – <…>),
У С Т А Н О В И Л:
Решением от 11 января 2019 года № 603-198р Комиссии Воронежского УФАС России, реклама «жилой дом развитие Гагаринский у самолета квартиры от 870 тыс./руб. Колесниченко, 65А 225-33-03 grad1.ru *Цена указана на 01.07.2018г. для ЖД «Гагаринский г. Воронеж, ул. Лётчика Колесниченко, 65а, застройщик ООО СК «Развитие-М». Долевое строительство. Проектная декларация на сайте razvitiern.ru. Предложение ограничено.», размещенная на объекте наружной рекламы (рекламном щите оператора наружной рекламы «RUSS» (ООО «АПР-Сити/ТВД») № VR 01523A), расположенном в непосредственной близости к регулируемому светофорами перекрестку улиц г. Воронежа Ворошилова и Бахметьева, у въезда в ЖК «ПЯТЬ ЗВЕЗД» (51.655213, 39.178741, г. Воронеж, перекресток ул. Ворошилова, Бахметьева), признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе» Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – ФЗ «О рекламе»).
Решением от 11 января 2019 года № 603-198р установлено следующее.
26.07.2018 г. в рамках мониторинга объектов наружной рекламы, сотрудниками Воронежского УФАС России был совершен осмотр объекта наружной рекламы (рекламного щита оператора наружной рекламы «RUSS» (ООО «АПР-Сити/ТВД») № VR 01523A), расположенного в непосредственной близости к регулируемому светофорами перекрестку улиц г. Воронежа Ворошилова и Бахметьева, у въезда в ЖК «ПЯТЬ ЗВЕЗД» (51.655213, 39.178741, г. Воронеж, перекресток ул. Ворошилова, Бахметьева).
Актом осмотра от 26.07.2018 г. установлено распространение информации следующего содержания: «жилой дом развитие Гагаринский у самолета квартиры от 870 тыс./руб. Колесниченко, 65А 225-33-03 grad1.ru *Цена указана на 01.07.2018г. для ЖД «Гагаринский г. Воронеж, ул. Лётчика Колесниченко, 65а, застройщик ООО СК «Развитие-М». Долевое строительство. Проектная декларация на сайте razvitiern.ru. Предложение ограничено.» (далее – рассматриваемая информация).
Текст, содержащий привлекательную для потребителя информацию: «жилой дом развитие Гагаринский у самолета квартиры от 870 тыс./руб. Колесниченко, 65А 225-33-03 grad1.ru» выполнен крупным шрифтом, в то время как иная существенная

информация, раскрывающая полные условия приобретения строящегося объекта недвижимости (долевое строительство, месторасположение проектной декларации) «*Цена указана на 01.07.2018г. для ЖД «Гагаринский г. Воронеж, ул. Лётчика Колесниченко, 65а, застройщик ООО СК «Развитие-М». Долевое строительство. Проектная декларация на сайте razvitiern.ru. Предложение ограничено.», расположенная в нижней части рекламного щита, выполнена мелким шрифтом, более чем в 20 раз меньше шрифта привлекательной информации («жилой дом», «квартиры») и является нечитаемой без использования специальных технических средств.

В соответствии с п. 1 ст. 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.

В соответствии с п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе», 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.

Рассматриваемая информация в соответствии с п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования (ООО СК «РАЗВИТИЕ-М», ЖИЛОЙ ДОМ Гагаринский у самолета, КВАРТИРЫ от 870 тыс./руб.), поддерживает интерес к ним и способствует продвижению товара на рынке (далее – рассматриваемая реклама).

В соответствии с ч. 7 ст. 5 ФЗ «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.

Вместе с тем, в соответствии с ч. 3 ст. 16 Жилищного кодекса РФ от 29.12.2004 №188-ФЗ (далее – ЖК РФ), квартирой признается структурно обособленное помещение в многоквартирном доме, обеспечивающее возможность прямого доступа к помещениям общего пользования в таком доме и состоящее из одной или нескольких комнат, а также помещений вспомогательного использования, предназначенных для удовлетворения гражданами бытовых и иных нужд, связанных с их проживанием в таком обособленном помещении.

Объектами рекламирования в спорной рекламе являются именно квартиры (т.е. обособленные помещения, предназначенные для удовлетворения гражданами бытовых и иных нужд, связанных с их проживанием), а также непосредственно застройщик ООО СК «Развитие-М».

В то же время, по состоянию на 26.07.2018 года (дата фиксации антимонопольным органом распространения спорной рекламы), объект капитального строительства жилой дом Гагаринский у самолета (г. Воронеж, ул. Колесниченко, д. 65А), находился в стадии возведения (строительства), а именно: устройство котлована.

Таким образом, рассматриваемая реклама имеет признаки нарушения требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», поскольку существенная информация о возможности приобретения строящегося объекта недвижимости у ООО СК «РАЗВИТИЕ-М», является нечитаемой без использования специальных технических средств, а также не содержит корректного указания на способ приобретения квартир – возникновение права собственности у граждан на жилые помещения в многоквартирном доме на основании договора участия в долевом

строительстве, что искажает смысл информации, вводит в заблуждение потребителя рекламы, в том числе, в части возможности приобретения готовых квартир на основании договоров купли-продажи.
Вместе с тем, в соответствии с частью 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе», 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.
Согласно статье 19 ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» проектная декларация включает в себя информацию о застройщике и информацию о проекте строительства. Проектная декларация опубликовывается застройщиком в средствах массовой информации и (или) размещается в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети «Интернет»).
В рассматриваемой рекламе не содержится корректного указания на способ приобретения квартир – возникновение права собственности у граждан на жилые помещения в многоквартирном доме на основании договора участия в долевом строительстве, а также отсутствует информация о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, что искажает смысл информации, вводит в заблуждение потребителя рекламы, в том числе, в части возможности приобретения готовых квартир на основании договоров купли-продажи, тем самым рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения части 7 статьи 5 и части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе».
В соответствии с ч. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.
Согласно ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе», рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе».
В соответствии с договором № 15410_VRRO от 29.06.2018 года ООО «Русс Аутдор» является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.
Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его стоимости и приобретении, качестве и потребительских свойствах.
То обстоятельство, что в положениях ФЗ «О рекламе» не указан размер шрифта текста, не свидетельствует о том, что размер шрифта на распространяемой рекламе может быть любым. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации.
По смыслу данной нормы требуется непосредственно в рекламе привести отсутствующую часть существенной информации о товаре, условиях его

приобретения или использования, если приведенные в рекламе сведения, ввиду их недостаточности, порождают заблуждение потребителей рекламы. И доведение до всеобщего сведения неопределенного круга лиц существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из круга неопределенных лиц воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.
В случае если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемом на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами, товарами.
Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.
Так как рассматриваемая реклама является наружной и размещена на призматроне (рекламоноситель, визуальная поверхность которого, благодаря тому, что состоит из трёхгранных поворачивающихся призм, может изменяться через заданный промежуток времени (10 секунд), демонстрируя по очереди каждую из трёх граней) следовательно, она предназначена для восприятия потребителями размещенной на ней информации (относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание).
Вместе с тем, необходимо принимать во внимание факты, снижающие уровень восприятия информации, выполненной в рекламе мелким шрифтом: рекламная конструкция установлена вдоль автомобильной дороги; находится в зоне зеленых насаждений; текст рекламы находится не на уровне глаз потребителя, а на определенной высоте от уровня земли (6-8 метров), что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом, даже для лица, находящегося в непосредственной близости от рекламной конструкции.
В данном случае, улица Ворошилова города Воронежа, на которой расположен рекламный щит, предназначена как для движения транспорта, так и движения пешеходов. Следовательно, спорная реклама направлена для привлечения внимания, в том числе потребителей - водителей и пассажиров автотранспорта. Спорная реклама размещена на стороне рекламного щита по направлению движения транспортного потока, что в свою очередь также свидетельствует о намерении Общества привлечь внимание, в том числе водителей и пассажиров транспорта. Информация, выполненная мелким шрифтом, является недоступной для потребителей вследствие отсутствия у потребителя возможности приблизиться к рекламной конструкции, а также ограниченного времени считывания указанной информации из проезжающего по полосе движения транспорта, в связи с чем, потребитель фактически не может получить предусмотренную законом информацию.
Между тем, существенные условия предложения занимают около 3,3% от всего рекламного полотна площадью 18 кв. м и требуют значительного времени для ее прочтения, что невозможно по определению при движении на транспортном средстве ни в качестве пассажира, ни тем более водителя транспортного средства. При этом значительная высота, на которой размещен рекламный щит, а также мелкий шрифт затрудняет прочтение, а равно восприятие рекламы предложения также пешеходам.

Таким образом, формальное присутствие в рекламе существенной информации, приведенной мелким нечитаемым шрифтом не свидетельствует о доведении до неопределенного круга лиц требуемой информации надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.
Существенная информация о возможности приобретения строящегося объекта недвижимости (долевое строительство) у ООО СК «РАЗВИТИЕ-М», напечатанная мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.
Таким образом, при размещении спорной рекламы нарушены требования части 7 статьи 5, части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе». В силу пункта 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.
Учитывая изложенное, ООО «Русс Аутдор», являясь рекламораспространителем ненадлежащей рекламы, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных ч. 2 - 4 настоящей статьи, ст. 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.
Место совершения правонарушения – город Воронеж;
Время совершения правонарушения – 26 июля 2018 года.
27 июня 2019 года в отношении ООО «Русс Аутдор» составлен протокол № 036/04/14.3-167/2019 об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, дело об административном правонарушении № 036/04/14.3-167/2019, возбужденное в отношении ООО «Русс Аутдор» по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях Российской Федерации назначено к рассмотрению на 11 июля 2019 года в 10 часов 00 минут (мск.).
На рассмотрении дела 11 июля 2019 года представитель Общества <…> сообщила об отсутствии у ООО «Русс Аутдор» умысла нарушения законодательства РФ о рекламе.
При вынесении Постановления учитываются все обстоятельства дела.
В соответствии с ч. 1 ст. 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.
Частью 2 указанной статьи предусмотрено, что юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.
ООО «Русс Аутдор» имело возможность для соблюдения законодательства РФ о рекламе, поскольку 11 июля 2019 года в ходе рассмотрения настоящего дела не

установлены факты, а в материалах административного дела отсутствуют доказательства, свидетельствующие о том, что обществом были приняты все зависящие от него меры, направленные на недопущение совершения вменяемого административного правонарушения.

Обстоятельств исключающих, смягчающих или отягчающих административную ответственность, не установлено.

На основании изложенного, руководствуясь ч. 7 ст. 28, ч. 7 ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», ст. 4.1.1, ст. 4.3, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

П О С Т А Н О В И Л:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Русс Аутдор» (ИНН 7731196087) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к Обществу с ограниченной ответственностью «Русс Аутдор» меру ответственности в виде административного штрафа за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в **размере 101 000 (сто одна тысяча) рублей**.

3. Направить копию настоящего постановления ООО «Русс Аутдор» для исполнения.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе, зачисляются в Федеральный бюджет по следующим реквизитам:

Получатель: УФК по Воронежской области (Воронежское УФАС России)
Расчетный счет: 40101810500000010004
Банк получателя: ОТДЕЛЕНИЕ ВОРОНЕЖ Г.ВОРОНЕЖ
БИК 042007001
ИНН 3664022568
КПП 366601001
Код бюджетной классификации 161 1 16 02010 01 6000 140
ОКТМО 20701000
УИН 16100500000000148336

В платежных документах необходимо сослаться на данное постановление, указав его номер и дату принятия, а также ФИО плательщика платежа.

В соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.