

РЕШЕНИЕ

№ 039/05/5-1044/2023

Резолютивная часть объявлена 20.03.2024
Калининград

г.

Изготовлено в полном объеме 03.04.2024

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Калининградской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя - начальник отдела контроля органов власти, закупок и рекламы Калининградского УФАС России;

члены Комиссии:

<...> – ведущий специалист – эксперт отдела контроля органов власти, закупок и рекламы Калининградского УФАС России;

<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти, закупок и рекламы Калининградского УФАС России;

при участии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – <...>

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – <...>

рассмотрев дело № 039/05/5-1044/2023, возбужденное по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Калининградской области поступило заявление Ануфриевой И.П. (вх. № 8586/23 от 09.11.2023) (далее – Заявитель) о нарушении части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона о рекламе по факту размещения на рекламной конструкции, расположенной над проезжей частью дороги по адресу: г. Калининград, Московский проспект, напротив магазина «Строитель» (г. Калининград, Московский проспект, 186), рекламы жилого комплекса «Включи» следующего содержания: «Жилой комплекс «Включи»

2,99% ипотека, ССК * 3998» с трудночитаемым текстом в нижней части размещенной рекламы.

21.12.2023 Управлением Федеральной антимонопольной службы по Калининградской области возбуждено дело № 039/05/5-1044/2023 по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

На заседании Комиссии представитель ООО СЗ «ССК Калининград» пояснил, что информационный материал, размещенный на спорной рекламной конструкции соответствует требованиям части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона о рекламе. Информация, размещенная на рекламной конструкции, не приводит к искажению ее смысла и не вводит в заблуждение потребителей рекламы. Вся необходимая информация присутствует, а сам по себе текст условий читаем, но в силу меньшего размера требует более длительного времени прочтения.

На заседании Комиссии представитель ИП Костикова Д.В. пояснила, что по содержанию информационного материала рассматриваемой рекламы полагает, что вся информация в соответствии с требованиями части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона о рекламе имеется.

Изучив материалы дела № 039/05/5-1044/2023, выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия приходит к следующим выводам.

Как следует из положений части 1 статьи 3 Закон 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.

Часть 2 статьи 3 Закона о рекламе определяет, что объектом рекламирования является 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.

Частью 3 статьи 3 Закона о рекламе установлено, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, реклама - это информация, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к определенному объекту рекламирования.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В ходе рассмотрения дела антимонопольным органом проанализирована информация на рекламной конструкции, расположенной над проезжей частью дороги по адресу: г. Калининград, Московский проспект, напротив магазина «Строитель» (г. Калининград, Московский проспект, 186), и установлено, что размещаемая информация является рекламой.

В ответ на запрос-уведомление Калининградского УФАС России (исх. № НИ/5184/23 от 08.11.2023) ООО СЗ «ССК Калининград» пояснило (вх. № 9147/23 от 27.11.2023), что рекламодателем спорной рекламы является <...>, рекламораспространителем является <...>

Согласно документам, предоставленным ООО СЗ «ССК Калининград» (вх. № 9147/23 от 27.11.2023), между Обществом с ограниченной ответственностью Специализированный застройщик «ССК Калининград» (далее –Заказчик) и Обществом с ограниченной ответственностью «Медиалайф» (далее – Исполнитель) заключен договор № 17 от 01.06.2022 на изготовление и размещение рекламных и (или) рекламно-информационных материалов.

В соответствии с пунктом 1.1 договора № 17 от 01.06.2022 Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязанность по изготовлению и размещению рекламных и (или) рекламно-информационных материалов Заказчика.

Согласно пункту 5.7 договора № 17 от 01.06.2022 Заказчик принимает на себя ответственность перед третьими лицами по претензиям к содержанию и форме своих рекламных материалов, товаров и услуг, а также по использованию в них знаков, маркировок, наименований.

Согласно письменным пояснениям ИП Костикова В.Д. (вх.№ 118/24 о 12.01.2024) между Обществом с ограниченной ответственностью «Медиалайф» (далее – Заказчик) и Индивидуальным предпринимателем Костиковым Дмитрием Викторовичем (далее – Рекламораспространитель) заключен договор № 136 от 09.08.2023, согласно которому Заказчик поручает, а Рекламораспространитель принимает на себя обязательства на условиях настоящего договора самостоятельно либо с привлечением третьих лиц предоставлять услуги по размещению рекламного материала Заказчика на сторонах рекламоносителей, расположенных по адресам, указанным в Приложении к настоящему договору, а Заказчик обязуется в порядке и на условиях настоящего договора принять и оплатить услуги Рекламораспространителя.

Согласно письменным пояснениям ООО СЗ «ССК Калининград» (вх. № 1116/24 от 15.02.2024) 08.02.2024 между ООО СЗ «ССК Калининград» и АНО ИЦ «Независимая экспертиза» заключен договор на проведение лингвистического исследования текста рекламной конструкции (Справка исх.№ 0802/24 от 08.02.2024).

16.02.2024 на заседании Комиссии представитель ООО СЗ «ССК Калининград» заявил устное ходатайство об отложении заседания Комиссии для предоставления результатов лингвистического исследования текста рекламной конструкции. Определением об отложении рассмотрения дела № 039/05/5-1044/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе заседание Комиссии назначено на 05.03.2024 (исх. № НИ/806/24 от

21.02.2024)

05.03.2024 на заседании Комиссии представитель ООО СЗ «ССК Калининград» заявил устное ходатайство об отложении заседания Комиссии в связи с переносом срока готовности лингвистического заключения. Определением об отложении рассмотрения дела № 039/05/5-1043/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе заседание Комиссии назначено на 18.03.2024 (исх. № ИБ/1081/24 от 11.03.2024).

15.03.2024 ООО СЗ «ССК Калининград» направил ходатайство (вх.№ 2013-ЭП/24 от 15.03.2024) о переносе рассмотрения дела № 039/05/5-1043/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с переносом срока готовности лингвистического заключения. Комиссией объявлен перерыв до 20.03.2024.

Согласно заключениям специалиста № 4425-02/24 о проведении лингвистического исследования и № 4463-02/24 о проведении фототехнического исследования, представленным ООО СЗ «ССК Калининград» (вх. № 2160-ЭП/24 от 20.03.2024), следует, что текстовая и графическая информация на рекламных баннерах соответствует требованиям различимости и читаемости.

Комиссия к заключениям специалиста № 4425-02/24 о проведении лингвистического исследования и № 4463-02/24 о проведении фототехнического исследования относится критически по причине того, что из приложения 018 на странице 18 заключения № 4463-02/24 следует, что текст рекламной конструкции исследовался на предмет различимости и читаемости исходя из двух вариантов прочтения: визуальное чтение и чтение через фото на смартфоне. Таким образом, из анализа данного заключения (фотоматериалов) следует, что в нижней части размещенной рекламы текст нанесен таким мелким шрифтом, идентифицировать который представляется возможным лишь при увеличении текста посредством камеры на смартфоне на экране мобильного телефона, при этом при визуальном чтении текст неразборчив.

Комиссия, анализируя фотоматериалы размещенной рекламы, представленные ООО СЗ «ССК Калининград» и Заявителем, приходит к следующим выводам. Текст рекламы «Жилой комплекс «Включи» 2,99% ипотека, ССК * 3998» изготовлен крупным шрифтом и читается на большом расстоянии, вместе с тем условия предоставления ипотеки, а также наименование банка, который предоставляет ипотеку, указаны мелким шрифтом, расположены отдельно от основного текста рекламы и не поддаются восприятию потребителям рекламной информации без специальных средств, также технические условия размещения рекламы (место расположения - рядом с проезжей частью дороги, ограниченное время считывания информации) лишают возможности потребителей получить полный текст рекламы, делая доступным только основной текст. В соответствии с частью 7 статьи 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.

Согласно части 1 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего

данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума 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 (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. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Потенциальными потребителями наружной рекламы являются пешеходы, водители и пассажиры транспортных средств, которые находятся в потоке движения, что усложняет прочтение мелкого шрифта в нижней части размещенной рекламы объемного текста. Кроме того, при движении по автомобильной дороге должны соблюдаться Правила дорожного движения, регламентирующие места и возможные случаи остановок автотранспорта вне специальных площадок для стоянки.

Следует отметить, что только полный текст даст потребителю истинное представление о рекламируемой услуге, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации об условиях предоставляемой услуги приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой. При этом реклама, распространенная ООО СЗ «ССК Калининград» без указания в ней всех условий, а также наименования банка, предоставляющего ипотеку под 2,99% в месяц, является ненадлежащей.

Учитывая особенности размещения рекламы, ограниченное время считывания информации, размер шрифта, которым написаны существенные условия, а также наименование банка, предоставляющего ипотеку, потребители лишены возможности получить полный текст рекламы. В данном случае доступен только основной текст «Жилой комплекс «Включи» 2,99% ипотека, ССК * 3998», а иные условия (срок действия кредита – 30 лет, ставка - первые 3 года - 2,99%, далее - 6%, платеж - первые 3 года – 14 367 рублей, далее – 20 458 рублей), влияющие на предоставление ипотеки, а также информация о банке являются недоступными для потребителя, в связи с чем, потребитель вводится в заблуждение относительно условий и возможности получения ипотеки под 2,99% в месяц на весь срок.

Федеральный закон о рекламе не регламентирует минимально допустимый размер шрифта, что в свою очередь не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку из положений части 1 статьи 5 Закона о рекламе следует, что основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации.

С учетом изложенного в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги.

Следовательно, выполненные мелким шрифтом сведения об условиях предоставления ипотеки под 2,99% в месяц, также наименование банка, предоставляющего ипотеку, не были доведены до неопределенного круга лиц надлежащим образом. В связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги.

Утверждение рекламодателя и рекламораспространителя о том, что реклама соответствует в полном объеме рекламному законодательству, не соответствует действительности, поскольку доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное и относительно полное) представление о рекламируемой услуге. С учетом способа и особенности размещения рекламы, а также свойств человеческого зрения, восприятие текста рекламы в нижней части рекламной конструкции затруднено.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама содержит нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона о рекламе

Субъекты ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе установлены в статье 38 Закона о рекламе.

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно части 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу части 6 статьи 38, части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламодатель и рекламораспространитель.

Согласно части 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В ходе рассмотрения дела и на основании имеющихся документов и сведений, установлено, что рекламодателем данной рекламы является <...>, рекламораспространителем является <...>

При изложенных обстоятельствах, Калининградское УФАС России приходит к выводу, что при размещении рекламной конструкции, расположенной над

проезжей частью дороги по адресу: г. Калининград, Московский проспект, напротив магазина «Строитель» (г. Калининград, Московский проспект, 186), рекламы жилого комплекса «Включи» следующего содержания: «Жилой комплекс «Включи» 2,99% ипотека, ССК * 3998» с трудночитаемым текстом в нижней части размещенной рекламы с трудночитаемым текстом в нижней части размещенной рекламы действия <...> пункт часть 7 статьи 5, часть 1 статьи 28 Закона о рекламе, <...> нарушают часть 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее — Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

С учетом того, что Ответчики не согласны с данными нарушениями, доказательств прекращения распространения рекламы не представлено, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ООО СЗ «ССК Калининград», ИП Костикову Д.В. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе, в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 г. № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать действия <...> нарушением части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

2. Признать действия <...>. нарушением части 1 статьи 28 Закона о рекламе.
3. Выдать предписание <...>, <...> о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Калининградской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.