

Решение по делу №08-348/2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

Исх. от 02.12.2015 № ИП-08/18723

Резолютивная часть решения оглашена: «16» ноября 2015г.

В полном объеме решение изготовлено: «30» ноября 2015г.

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии <...>(...)

Члены Комиссии <...>(...), <...>(...)

рассмотрев дело № 08-348/2015 возбужденное по признакам нарушения пункта 11 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», в присутствии:

- директора ООО МКФЦ «Барс-Консалтинг» (г. Набережные Челны, ул. Гидростроителей, д. 8, оф. 215 (ГЭС 4/1/2) д.1а) Н.М. Насибуллина;

- начальника отдела правового обеспечения кадастровых отношений Минземимущества Республики Татарстан Р.Ш. Хасаншина (доверенность № 1-30/11159 от 02.10.2015 г.);

- представителя АО «Республиканский кадастровый центр «Земля» Д.Ш. Ашраповой (доверенность №1-8/504 от 22.06.2015г.);

Установила:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан поступило обращение Министерства земельных и имущественных отношений Республики Татарстан (вх. № 11214 от 08.09.2015г.) о проверке соблюдения законодательства Российской Федерации по факту размещения на сайте [www.bars-rt.ru](http://bars-rt.ru) (ссылка: http://bars-rt.ru/news/news_8701.html) информации данного характера: «...Специалисты ООО «МКФЦ «Барс-Консалтинг», провели анализ Отчета об оценке кадастровой стоимости от 10.10.2014 подготовленный Министерством земельных и имущественных отношений Республики Татарстан.

Согласно, проведенного исследования кадастровая стоимость объектов капитального строительства коммерческого назначения, в среднем завышена от 30% до 50%!!!

Столь большое завышение кадастровой стоимости произошло из-за незаконного учета в стоимости объектов недвижимости земельного участка и налога на добавленную стоимость...», содержащей признаки нарушения пункта 11 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии со статьями 33, 34 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе» Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе.

В ходе рассмотрения дела от ООО «МКФЦ «Барс-Консалтинг» были запрошены следующие документы:

1. Письменные пояснения по факту нарушения пункта 11 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», что выразилось в указании информации о том, что в ходе проведенного исследования кадастровой стоимости объектов капитального строительства коммерческого назначения, в среднем завышена от 30% до 50%.
2. информация о должностных лицах, чьи действия привели к нарушению части 2 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ФИО, место работы, должность, копию документа о назначении на должность, копию страниц паспорта, содержащих информацию о Ф.И.О., годе и месте рождения, месте жительства или месте пребывания);
3. информация о директоре ООО МКФЦ «Барс-Консалтинг» (ФИО, копию документа о назначении на должность, копию страниц паспорта, содержащих информацию о Ф.И.О., годе и месте рождения, месте жительства или месте пребывания);
4. информация о том, когда, кем и каким образом ООО МКФЦ «Барс-Консалтинг» проводило исследование о кадастровой стоимости объектов капитального строительства;
5. бухгалтерский баланс ООО МКФЦ «Барс-Консалтинг» за 2014г и за период с 1 января 2015 г. по 1 октября 2015 г.;
6. отчет о прибылях и убытках ООО МКФЦ «Барс-Консалтинг» за 2014г и за период с 1 января 2015 г. по 1 октября 2015 г.;
7. информация о сумме выручки ООО МКФЦ «Барс-Консалтинг» за 2014г и за период с 1 января 2015 г. по 1 октября 2015 г. с разбивкой суммы выручки по видам деятельности и приложением подтверждающих документов;
8. информация об основных средствах ООО МКФЦ «Барс-Консалтинг» с датой постановки на балансовый учет;
9. информация о том, какие меры были предприняты по соблюдению законодательства о рекламе;
10. письменные пояснения по доводам, изложенным в определении, при наличии возражений представить нормативное и документальное их обоснование;
11. иные документы, необходимые для полного и всестороннего рассмотрения данного дела.

Согласно представленной информации было изучено Положительное заключение №Э14-1007-01-01 от 05.11.2014 на отчет №2 «Об определении кадастровой стоимости объектов недвижимости жилого и нежилого назначения (за исключением земельных участков), расположенных на территории Республики Татарстан, а также Консультация специалиста №2133/15-КС от 20.01.2015г.

В ходе изучения вышеуказанной предоставленной информации было установлено, что факт завышения кадастровой стоимости присутствует на некоторых объектах недвижимости, анализированных ООО «МКФЦ «Барс - Консалтинг».

В ходе рассмотрения дела Комиссия пришла к выводу о необходимости выяснения дополнительных обстоятельств дела и привлечения Акционерного Общества "Республиканский Кадастровый Центр "Земля" в качестве заинтересованного лица, - от АО «РКЦ «Земля» были запрошены следующие документы:

1. Пояснения АО «РКЦ «Земля» о порядке учета НДС при расчете кадастровой стоимости недвижимости жилого и нежилого назначения (за исключением земельных участков).
2. Письменные пояснения по тем позициям Отчета №2 «Об определении кадастровой стоимости объектов недвижимости жилого и нежилого назначения (за исключением земельных участков), расположенных на территории Республики Татарстан», которые

отражают отсутствие учета НДС при расчете кадастровой стоимости недвижимости жилого и нежилого назначения (за исключением земельных участков).

- от Министерства земельных и имущественных отношений Республики

Татарстан был запрошен Государственный контракт, заключенный с АО «РКЦ «Земля» на оказание услуг по исчислению кадастровой стоимости недвижимости жилого и нежилого назначения (за исключением земельных участков).

В ходе изучения вышеуказанной предоставленной информации было установлено, что в п. 2.4.8.8.2 и в п. 2.4.8.1.18 Отчета № 2 об определении кадастровой стоимости объектов недвижимости жилого и нежилого назначения (за исключением земельных участков), утвержденного Генеральным директором ОАО «РКЦ «Земля», изготовленного на основании заключенного государственного контракта №2014.21484 с Министерством земельных и имущественных отношений Республики Татарстан, установлено, что полученные результаты оценки приведены без НДС и в государственном кадастре недвижимости земельные участки и объекты, расположенные на них (улучшения), являются отдельными объектами учета, оценке подлежат улучшения (здания, помещения, объекты недвижимости незавершенного строительства) без учета земельного участка.

Комиссия, изучив имеющиеся материалы дела № 08-348/2015, приходит к следующим выводам.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средство 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

В ходе рассмотрения дела Комиссией были выявлены признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона «О рекламе», по факту размещения на сайте <http://bars-rt.ru/> рекламы услуг ООО «МКФЦ «Барс - Консалтинг», не содержащей части существенной информации о рекламируемой услуге и условиях ее приобретения, а именно о стоимости оказываемых услуг.

На основании проведенного анализа сайта <http://bars-rt.ru/> (вкладка «О нас» <http://bars-rt.ru/about/>) была обнаружена информация с текстом следующего содержания: «Самые доступные цены (Цены и сроки) при высоком качестве услуг».

Однако, при переходе по вкладке Цены и сроки (<http://bars-rt.ru/price/>) было обнаружено отсутствие существенной информации о стоимости оказываемых услуг.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе») не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об их условиях приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Сообщая потребителям не соответствующие действительности сведения, недобросовестная, недостоверная, неэтичная реклама способна ввести их в заблуждение и нарушить

охраняемые законом права или интересы. И наиболее распространенным способом получения необоснованных преимуществ в предпринимательской деятельности выступает ненадлежащая реклама, которая вводит потребителей в заблуждение и причиняет ущерб конкурентам.

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.

Вводящая в заблуждение реклама способна причинить вред как потребителю рекламной информации, так и конкуренту рекламодавца. Так, введение потребителей в заблуждение посредством распространения рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, способна привести к неправильному выбору потребителем товара с необходимым ему набором потребительских свойств и одновременно привести к сокращению продаж однородных товаров конкурентами.

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

Введение в заблуждение является актом недобросовестной конкуренции и представляет собой действия, направленные на формирование неверных представлений в отношении собственных товаров (работ, услуг) или товаров конкурента.

Главным инструментом введения в заблуждение, как правило, является распространение ложной или неточной информации вследствие сокрытия части существенной информации. Вводящая в заблуждение реклама сообщает не «объективно неправильные (неверные) сведения», а субъективно неправильные, т.е., 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 рекламодавец, 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. При этом правоприменительная практика исходит из того, что средний потребитель не должен обладать специальными знаниями в разных областях науки и техники, в том числе в вопросах медицины, страхования, финансирования и т.д.

Согласно пункту 11 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о результатах исследований и испытаний.

Таким образом, в рекламной статье, размещенной на сайте [www.bars-rt.ru](http://bars-rt.ru) (ссылка: http://bars-rt.ru/news/news_8701.html), с текстом: «...Специалисты ООО «МФКЦ «Барс-Консалтинг», провели анализ Отчета об оценке кадастровой стоимости от 10.10.2014 подготовленный Министерством земельных и имущественных отношений Республики Татарстан.

Согласно, проведенного исследования кадастровая стоимость объектов капитального строительства коммерческого назначения, в среднем завышена от 30% до 50%!!!

Столь большое завышение кадастровой стоимости произошло из-за незаконного учета в стоимости объектов недвижимости земельного участка и налога на добавленную стоимость...», усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 11 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Многофункциональный Консультационный Центр «Барс-Консалтинг» (г. Набережные Челны, ул. Гидростроителей, д. 8, оф. 215 (ГЭС 4/1/2), ИНН 1650284986, дата регистрации в качестве юр. лица: 17.04.2014).

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (ч. 4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе»).

Руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37 - 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

Решила:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную на сайте [www.bars-rt.ru](http://bars-rt.ru) (ссылка: http://bars-rt.ru/news/news_8701.html) , с текстом: «...*Специалисты ООО «МФКЦ «Барс-Консалтинг», провели анализ Отчета об оценке кадастровой стоимости от 10.10.2014 подготовленный Министерством земельных и имущественных отношений Республики Татарстан.*

Согласно, проведенного исследования кадастровая стоимость объектов капитального строительства коммерческого назначения, в среднем завышена от 30% до 50%!!!

Столь большое завышение кадастровой стоимости произошло из-за незаконного учета в стоимости объектов недвижимости земельного участка и налога на добавленную стоимость...», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 11 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Многофункциональный Консультационный Центр «Барс-Консалтинг» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

