



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Решение по делу № 68

Резолютивная часть Решения оглашена 08.11.2016

Решение в полном объеме изготовлено 22.11.2016

г. Екатеринбург

Комиссия Свердловского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (Приказ от 19.08.2016 № 285), в составе:

Председатель комиссии: <...> – заместитель руководителя управления,

Члены комиссии:

<...> - начальник отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией, член Комиссии;

<...> – заместитель начальника отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией, член Комиссии;

в присутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

- ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал», представители: <...> (дов. от 27.09.2016 № 27/16), <...> (дов. от 20.07.2016 № 20/16),

- ООО «Смартпейдж», представитель <...> (дов. от 05.08.2016 № 20),

- ООО «Форум – Жилые кварталы», представитель <...> (дов. от 01.09.2016 б/н),

в отсутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: ЗАО «Форум – групп»,

рассмотрев в рамках Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее – Правила рассмотрения дел), дело №68, возбужденное по признакам нарушения ч. 7 ст. 5 и ч. 7 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») по факту распространения на сайте www.e1.ru рекламы ЖК «Ольховский парк»,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 68 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено в отношении ООО СК «Лесные традиции» и ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» Определением от 05.07.2016 (исх. №7887 от 05.07.2016) по результатам проверки рекламы ЖК «Ольховский парк» под заголовком: «ЖК «Ольховский парк» опережает ожидания: в Екатеринбурге досрочно сдаются комфортные новостройки», распространяемой на сайте www.e1.ru (Акт проверки от 22.03.2016 Свердловского УФАС России).

Определением от 05.07.2016 рассмотрение дела назначено на 09.08.2016. Определением от 09.08.2016 рассмотрение дела отложено на 20.09.2016 в связи с заменой лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: ООО СК «Лесные традиции» на ООО «Смартпейдж», ООО «Форум

– Жилые кварталы», ЗАО «Форум - групп». Определением от 20.09.2016 рассмотрение дела отложено на 11.10.2016 в связи с необходимостью получения дополнительной информации.

Определением от 11.10.2016 (исх.№13281 от 14.10.2016) рассмотрение дела №68 было вновь отложено на 08.11.2016 в 14-00 в связи с необходимостью получения дополнительной информации.

При рассмотрении дела 08.11.2016 установлено следующее.

22.03.2016 на сайте www.el.ru была размещена реклама под заголовком «ЖК «Ольховский парк» опережает ожидания: в Екатеринбурге досрочно сдаются комфортные новостройки».

В рассматриваемой рекламе речь идет о строящемся жилом доме, при этом в рекламе не указано, каким образом привлекаются средства физических лиц (договор участия в долевом строительстве, ЖСК, ЖНК), сведения о месте и способах получения проектной декларации отсутствуют, не ясен порядок применения ипотечной программы или рассрочки от застройщика.

Согласно сведениям, предоставленным в Свердловское УФАС России ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» (вх.№01-6396 от 27.04.2016), рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО СК «Лесные традиции» (ИНН 6601009560, ул. Санаторная, 1, пом. 23, г. Екатеринбург, 620085, зарегистрировано в качестве юридического лица – 12.12.2005) на условиях договора №W-42603 оказания услуг по размещению рекламы на Интернет-сайте от 24.02.2016.

ООО СК «Лесные традиции» в письменных пояснениях (вх.№01-12048 от 01.08.2016) сообщило, что является давним и постоянным рекламодателем на сайте www.el.ru, сотрудничающим с ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал». Тем не менее, ООО СК «Лесные традиции» не осуществляет строительство ЖК «Ольховский парк» и не передавало для распространения ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» информацию рекламного характера под заголовком «ЖК «Ольховский парк» опережает ожидания: в Екатеринбурге досрочно сдаются комфортные новостройки». Сведения, представленные в Свердловское УФАС России сотрудниками ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» и указывающие, что именно ООО СК «Лесные традиции» является рекламодателем рассматриваемой рекламы, являются ошибочными и не соответствуют действительности. Таким образом, указало ООО СК «Лесные традиции», общество не является надлежащим лицом в рассматриваемом деле и ошибочно привлечено к участию в деле.

ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» в письменных пояснениях (вх.№01-11556 от 22.07.2016), а также представитель на заседании комиссии сообщили, что по причине технической ошибки в ответ на запрос информации (исх.№ 4669 от 21.04.2016) была предоставлена информация, что рекламодателем является ООО СК «Лесные традиции», вместе с тем рекламная статья ЖК «Ольховский парк» (новость от 22.03.2016) была размещена ООО «Смартпейдж» (Рекламное агентство) на условиях договора № W-3173 оказания услуг по размещению рекламы на Интернет-сайте от 31 июля 2014 года.

ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» указало, что застройщиком ЖК «Ольховский парк» является ЗАО «Форум-групп», которое и предоставило ООО «Смартпейдж» всю необходимую информацию для размещения на сайте www.el.ru. Реклама была изготовлена без участия ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал». По имеющейся у Общества информации от застройщика, квартиры в ЖК «Ольховский

парк» реализуются исключительно на условиях заключения договора участия в долевом строительстве.

По обстоятельствам дела ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» пояснило, что в соответствии с ФЗ «О рекламе» требование об указании сведений о месте и способах получения проектной декларации и возможности распространения рекламы после опубликования проектной декларации распространяется только в отношении тех объектов, строительство которых осуществляется в соответствии с Федеральным законом «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» от 30.12.2004 № 214-ФЗ (далее – ФЗ «Об участии в долевом строительстве»).

Исходя из системного анализа вышеуказанной статьи и норм ФЗ «Об участии в долевом строительстве» ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» полагает, что реклама иных объектов недвижимости, строительство которых начато до вступления в силу названного закона и в строительство которых привлекаются денежные средства инвесторов, допустима только при условии приведения договоров на их строительство и проектной документации в соответствии с требованиями ФЗ «Об участии в долевом строительстве». При этом, реклама таких объектов должна распространяться с соблюдением требований комментируемой статьи.

По мнению ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал», в рекламе, размещенной на портале E1.RU в разделе «новости», имеются сведения о месте ознакомления с проектной декларацией, поскольку указано следующее: *«Для оперативной связи с застройщиком: страничка на Фэйсбуке, страничка Вконтакте. Адрес отдела продаж: ул. Хохрякова, 48 тел. (343) 288-27-18. Планировки и подробная информация на сайте www.ольховскийпарк.рф»*. Заинтересованное лицо может зайти на сайт www.ольховскийпарк.рф и ознакомиться с необходимыми документами, этапами строительства, получить всю необходимую информацию по данному объекту.

ООО «Хёрст Шкулев Диджитал.Урал» акцентирует внимание на постатейном комментарии к ФЗ «О рекламе» <...> – заместителя руководителя ФАС России, согласно которому: «Проектная декларация – это документ, необходимый для получения разрешения на строительство и содержащий информацию о застройщике и о проекте строительства. Застройщик обязан вносить в проектную декларацию изменения, касающиеся сведений о застройщике и проекте строительства (в течение трех рабочих дней) и финансовом результате текущего года в размере кредиторской задолженности (ежеквартально). Требование об опубликовании проектной декларации и информировании о месте и способах ее получения является для законодательства о рекламе стандартным способом раскрытия существенной для потребителей информации. В этой связи, указание адресата или адреса сайта, где можно ознакомиться с проектной декларацией, соответствует требованиям части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе». Руководствуясь указанными официальными комментариями при публикации новости под заголовком «ЖК «Ольховский парк» опережает ожидания: в Екатеринбурге досрочно сдаются комфортные новостройки», ООО «Хёрст Шкулев Диджитал.Урал» были указаны следующие данные: сайт застройщика, адресный блок и контактные телефоны, что является, по мнению Общества, достаточным для соблюдения требований действующего законодательства Российской Федерации.

ООО «Херст Шкулев Диджитал. Урал» сообщило также, что в его адрес не поступало заявлений от граждан и юридических лиц о нарушении их прав и законных

интересов в связи с выходом рассматриваемой рекламы, в связи с чем, полагает, что требования ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе» - отсутствие части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы – в рассматриваемом случае не нарушены.

Также, по мнению ООО «Хёрст Шкулев Диджитал. Урал», при распространении рекламы не были нарушены требования ст.28 ФЗ «О рекламе». Указание в тесте новости от 22.03.2016 следующей информации: «Ипотечные программы или рассрочка от застройщика сделают важную покупку удобнее и доступнее» по мнению Общества, не является рекламой финансовых услуг, подпадающей под требования статьи 28 ФЗ «О рекламе». Данная позиция подтверждается позицией Федеральной антимонопольной службы России, выраженной в постатейном комментарии к закону «О рекламе», размещенной на официальном сайте Федеральной антимонопольной службы России <http://fas.gov.ru/documents/documentdetails.html?id=998> под редакцией <...>. В данном комментарии указано следующее: «Вместе с тем использование в сообщении, вывеске, плакате только определенных слов и выражений (например, пиво, живое пиво, вина, вина Кубани, соки, воды), которые представляют собой обобщенное наименование группы товаров и не позволяют выделить конкретный товар среди ряда однородных товаров и сформировать к нему интерес, не могут являться рекламой, так как отсутствует объект рекламирования».

Следовательно, понятия «ипотечные программы» и «рассрочка» являются не конкретными финансовыми услугами, а обобщенным наименованием группы товаров и не позволяют выделить конкретный товар среди ряда однородных товаров и сформировать к нему интерес.

Тем не менее, ООО «Хёрст Шкулев Диджитал. Урал» в материалы дела представлена распечатка с сайта www.e1.ru, подтверждающая, что в настоящее время рассматриваемая реклама хранится в архиве новостей с внесенным в нее изменением, а именно, в конце рекламного текста указано: «Проектная декларация на сайте ЖК «Ольховский парк» <http://xn--80adseddbxbomg3c1f.xn--plai/aboutcomplex/proektnaya-dokumentatsiya>».

Также ООО «Хёрст Шкулев Диджитал. Урал» сообщило, что рекламная статья была написана журналистом портала E1.ru и согласована с Заказчиком посредством электронной переписки, единый документ, подписанный обеими сторонами, не составлялся.

ООО «Хёрст Шкулев Диджитал. Урал» указало, что в соответствии со стандартными условиями договоров оказания услуг по производству и размещению рекламы на Интернет – сайте, техническое задание на производство рекламы, предоставляемое Заказчиком (ООО «Смартпейдж»), содержит описание значимых характеристик рекламной информации (изображения, текст и т.д.), на основе которого Исполнитель (ООО «Хёрст Шкулев Диджитал. Урал») осуществляет ее производство с целью дальнейшего размещения. Заказчиком рекламы ЖК «Ольховский парк» от 22.03.2016 в рамках договора № W-3173 оказания услуг по производству и размещению рекламы на Интернет- сайте от 31.07.2016 является ООО «Смартпейдж». Ввиду того, что ООО «Смартпейдж» не принимало участия в согласовании макета рекламной новости, размещенной 22.03.2016, 17.03.2016 техническое задание было направлено ООО «Форум – Жилые кварталы» в лице специалиста по рекламе <...> напрямую в адрес специалиста ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» <...> посредством электронной почты. Материалы переписки представлены в дело. Как

указало ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал.Урал», итоговое согласование макета (текста) новости было получено в ходе телефонных переговоров после предварительного согласования всех существенных условий по электронной почте.

Использование электронного документооборота в отношении хозяйствующих субъектов регламентировано нормами действующего законодательства. В соответствии с нормами гражданского судопроизводства (ст.71 ГПК РФ) и судебной практики, «письменными доказательствами являются содержащие сведения об обстоятельствах, имеющих значение для рассмотрения и разрешения дела, акты, договоры, справки, деловая корреспонденция, иные документы и материалы, выполненные в форме цифровой, графической записи, в том числе полученные посредством факсимильной, электронной или другой связи либо иным позволяющим установить достоверность документа способом». Таким образом, указывает ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал.Урал», материалы электронной переписки являются доказательствами в ходе рассмотрения различных категорий дел, в связи с чем считает, что согласование текста новости по электронной почте является надлежащим подтверждением того, что ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал.Урал» предприняло все необходимые меры для опубликования новости, соответствующей требованиям ФЗ «О рекламе».

Довод ООО «Смартпейдж» о том, что общество в согласовании макета указанной рекламной новости не участвовало, ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» считает несостоятельным, так как в представленной в материалы дела электронной переписке новость на согласование была также направлена и в адрес ООО «Смартпейдж».

Кроме того, обращает внимание ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал», в письменных пояснениях комиссии (исх. № 281/09-16 от 12.09.2016) ООО «Смартпейдж» указало, что «...не участвовало в согласовании макета рекламной новости, размещенной 22.03.2016 на сайте www.el.ru... Как правило, ООО «Форум-Жилые кварталы» напрямую согласовывает материалы для размещения с рекламодателями». Таким образом, полагает ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал», именно Заказчик ООО «Смартпейдж» явился инициатором согласования новости без его участия.

ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» считает себя рекламопроизводителем и рекламодателем рекламы ЖК «Ольховский парк», так как, получив указание от заказчика (фотоматериалы, сведения о конкретных показателях: этажность, срок сдачи дома, количество квартир, их стоимость и т.д.), общество составило рекламную статью, снабдив ее полученными от заказчика иллюстрациями, и распространило на сайте Е1.ru. Законодательство о рекламе, по мнению ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал», всеми участниками дела №68 не нарушено.

ООО «Форум - Жилые кварталы» в письменном пояснении (вх. №01-14451 от 12.09.2016), а также представитель на заседании комиссии указали, что при строительстве жилья в ЖК «Ольховский парк» денежные средства физических лиц для строительства жилья привлекаются на основании Федерального закона от 30.12.2004 №214-ФЗ (ред. от 01.05.2016) «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (далее - ФЗ «Об участии в долевом строительстве»).

Между ООО «Форум-Жилые кварталы» (заказчик) и ООО «Смартпейдж» (Исполнитель) был заключен Договор № AR1807/14-2 от 18.08.2016 на рекламные услуги. Исполнитель обязался по заданию Заказчика выполнить работы по изготовлению рекламных материалов и выполнить услуги по размещению от своего

имени, но за счет и в интересах Заказчика рекламы в сети Интернет. Результат исполнения услуги по изготовлению и размещению рекламы был представлен Заказчику по акту оказания услуг №SPG0124332 от 31.03.2016, данный акт был подписан сторонами и оплачен Заказчиком.

Однако, указало ООО «Форум-Жилые кварталы», взаимодействие с владельцем сайта E1.ru (ООО «Хёрст Шкулев Диджитал. Урал») по поводу распространения данной рекламы велось сотрудником ООО «Форум-Жилые кварталы» <...> напрямую, без участия ООО «Смартпейдж».

Для изготовления рекламного материала вышеуказанной сотрудницей Общества было составлено и направлено в адрес непосредственного рекламодателя ООО «Хёрст Шкулев Диджитал.Урал» техническое задание, определяющее существенную составляющую рекламы. Непосредственно рекламодателем ООО «Хёрст Шкулев Диджитал.Урал» был изготовлен рекламный материал по ЖК «Ольховский парк». Таким образом, указало ООО «Форум-Жилые кварталы», Общество считает себя рекламодателем рассматриваемой рекламы.

В письменных объяснениях (вх.№01-14451 от 12.09.2016) ООО «Форум-Жилые кварталы» указало, что окончательный макет рекламы не согласовывало. Между тем, в ходе заседания комиссии 08.11.2016 представитель ООО «Форум-Жилые кварталы» указала, что утверждение макета рекламы в письменном виде не производилось, но окончательный макет рекламы был согласован сотрудником ООО «Форум-Жилые кварталы» <...> в ходе телефонного разговора с представителем ООО «Хёрст Шкулев Диджитал. Урал».

По поводу признаков нарушения ст.28 ФЗ «О рекламе» ООО «Форум-Жилые кварталы» пояснило, что ипотеку не предоставляет, так как не является финансовым учреждением, направляет клиентов в ряд аккредитованных банков. Рассрочку предоставляет сам застройщик, но не всем обратившимся клиентам, а в индивидуальном порядке, поскольку предоставление беспроцентной рассрочки – это добрая воля застройщика, а не его обязанность (какой-либо программы по предоставлению рассрочки всем обратившимся потребителям в ООО «Форум-Жилые кварталы» нет). ООО «Форум-Жилые кварталы» согласно с тем, что информация, раскрывающая порядок предоставления рассрочки, в рекламе не указана. Между тем, Общество поддерживает позицию ООО «Хёрст Шкулев Диджитал.Урал» о том, что нарушение требований ст.28 ФЗ «О рекламе» отсутствует, поскольку в рекламе использована общая формулировка финансовой услуги, констатирующая факт существования ипотечных программ.

ООО «Форум-Жилые кварталы» отметило, что, не являясь профессиональным рекламодателем, не могло в полной мере оценить правильность составления и размещения рекламных материалов, полагаясь на профессионализм опытного участника рынка распространения рекламы.

ООО «Смартпейдж» в письменном пояснении (вх. № 01-14455 от 12.09.2016) указало, что является агентом ООО «Форум – Жилые кварталы», в связи с чем, в его обязанности входит выполнение работ и оказание услуг по заданию Заказчика в рамках проведения рекламных кампаний в сети Интернет. 24.02.2016 ООО «Форум-Жилые кварталы» обратилось к ООО «Смартпейдж» для организации очередного этапа проведения рекламной кампании в марте 2016 года, дополнительно сообщив, что техническое задание на написание новости направлено напрямую представителю ООО «Хёрст Шкулев Диджитал.Урал», после этого в адрес рекламодателя был отправлен Заказ на услуги журналиста по написанию новости с анонсом на главной

странице сайта www.e1.ru под заголовком: «ЖК «Ольховский парк» опережает ожидания: в Екатеринбурге досрочно сдаются комфортные новостройки». Все дальнейшее взаимодействие по согласованию новости велось напрямую между представителями ООО «Хёрст Шкулев Диджитал.Урал» и ООО «Форум – Жилые кварталы». Таким образом, ООО «Смартпейдж» информацию рекламного характера под указанным выше заголовком рекламодателю не передавало и в согласовании макета указанной рекламной новости не участвовало, макет не подписывало. Информация о том, что в архивную рекламную новость были внесены изменения, ООО «Смартпейдж» стала известна из материалов дела.

ЗАО «Форум – групп» в письменном пояснении (вх. № 01-14450 от 12.09.2016) указало, что не заключало договор с ООО «Смартпейдж» на размещение какой-либо рекламы, вследствие чего, не привлекало денежные средства физических лиц для строительства жилья в ЖК «Ольховский парк», а содержание рекламы сотрудниками ЗАО «Форум-групп» не определялось и не согласовывалось.

Рассмотрев представленные материалы, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам:

Целями Федерального закона «О рекламе» являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

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 (п. 1 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 (п.2 ст.3 ФЗ «О рекламе»).

22.03.2016 на сайте www.e1.ru была размещена реклама под заголовком «ЖК «Ольховский парк» опережает ожидания: в Екатеринбурге досрочно сдаются комфортные новостройки» следующего содержания:

«Долгожданное новоселье наступит быстрее для тех, кто сделал правильный выбор. В микрорайоне Заречный на берегу реки Ольховка строится новый жилой комплекс «Ольховский парк». Многие екатеринбуржцы уже увидели не только быстро растущие вверх новые дома, но и оценили подсветку комплекса, которая будет украшать панораму города по вечерам. Это значит, что здания почти готовы к прибытию новосёлов, и строители сообщают о досрочном вводе в эксплуатацию двух первых домов - 25-этажного и 16-этажного. Работы идут с опережением графика - оба дома будут сданы уже этой весной, один из них - на целых два квартала раньше предусмотренного договорами срока, второй - раньше на квартал. В обоих зданиях заканчиваются отделочные работы в квартирах и местах общего пользования, уже установлены даже почтовые ящики и декоративные цветники. И двор тоже ждёт новосёлов, которые въедут в свои новые квартиры раньше, чем рассчитывали - в частности готово освещение и установлена красивая, безопасная и яркая детская

площадка. В строящемся 17-этажном доме вовсю идут продажи квартир (возведено уже 11 этажей), осталось лишь несколько однокомнатных. Работа спорится, ЖК «Ольховский парк» развивается быстро, проект по достоинству оценили потребители. Обрести свой дом в спокойном месте рядом с городским центром ещё можно успеть, если поспешить с решением «квартирного вопроса». Ипотечные программы или рассрочка от застройщика сделают важную покупку удобнее и доступнее. В продаже также остался ряд трёхкомнатных квартир. Почему комплекс оказался таким популярным, понять несложно: во-первых, здесь уникальные видовые характеристики, из окон открываются пейзажи набережной и городского центра, но при этом микрорайон Заречный остаётся «тихой гаванью» для здешних жителей. Во-вторых, для многих большую роль играет возможность позаботиться о своём автомобиле: на территории комплекса планируется большой наземный паркинг. Квартиры спланированы с учётом максимально эффективного использования пространства, новосёлам предоставляется хороший выбор планировок. А качественная чистовая отделка позволит въехать в новый дом без лишних затрат времени и денег. Для оперативной связи с застройщиком: страничка на Фэйсбуке, страничка Вконтакте. Адрес отдела продаж: ул. Хохрякова, 48 тел. (343) 288-27-18. Планировки и подробная информация на сайте www.ольховскийпарк.рф».

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе являются квартиры в ЖК «Ольховский парк»: *«В строящемся 17-этажном доме вовсю идут продажи квартир (возведено уже 11 этажей), осталось лишь несколько однокомнатных. Обрести свой дом в спокойном месте рядом с городским центром ещё можно успеть, если поспешить с решением «квартирного вопроса». Ипотечные программы или рассрочка от застройщика сделают важную покупку удобнее и доступнее. В продаже также остался ряд трёхкомнатных квартир».*

В Толковом словаре русского языка Ожегова С. И. и Шведовой Н. Ю. (М., Азбуковник, 1997) даны следующие определения понятий: «Продажа - продать» (стр.608), «Продать – передать кому-нибудь в собственность за плату» (стр. 608).

Таким образом, продажа предполагает оформление договора купли-продажи.

Согласно ч. 1. ст. 454 ГК РФ по договору купли-продажи одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену).

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3 ст.3 ФЗ «О рекламе»).

Квартира в многоквартирном доме становится объектом гражданского оборота только после окончательной постройки и приемки дома государственной комиссией.

В рассматриваемом случае на момент распространения рекламы 22.03.2016 (до получения застройщиком Разрешения на ввод объекта в эксплуатацию) квартиры в ЖК «Ольховский парк» продаваться по договору купли-продажи не могли, реализуемым товаром в указанный период не являлись. В действительности потребителю предлагалось заключить договор участия в долевом строительстве на квартиры в строящемся жилом доме, о чем указал застройщик ООО «Форум-Жилые кварталы».

О том, что строительство предлагаемых к продаже квартир не завершено, также следует и из текста рекламы: *«строится новый жилой комплекс «Ольховский парк», «... быстро растущие вверх новые дома», «... здания почти готовы к прибытию новосёлов, и строители сообщают о досрочном вводе в эксплуатацию двух первых*

домов...», «... дома будут сданы уже этой весной», «В обоих зданиях заканчиваются отделочные работы...».

Комиссия полагает, что при распространении рассматриваемой рекламы были нарушены требования ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», поскольку в рекламе отсутствует часть существенной для потребителя информации об условиях, на которых привлекаются денежные средства граждан для строительства жилья в ЖК «Ольховский парк»: в рекламе не указано, что потребителю предлагается к заключению именно договор участия в долевом строительстве (словосочетание «продажа квартир» свидетельствует о предложении к заключению договора иной правовой природы – договора купли-продажи). Отсутствие данной информации в рекламе, по мнению Комиссии, искажает смысл информации, вследствие чего потребители рекламы могут быть введены в заблуждение.

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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

Согласно ч. 7 ст. 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 и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом.

В Письме ФАС РФ от 22.11.2010 №АК/40675 «О разъяснении положений части 7 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что при этом номер проектной декларации либо выдержки из нее Закон указывать не обязывает. По мнению специалистов ФАС России, для обеспечения доступа к тексту проектной декларации может быть приведено указание на место, способ, где или с помощью которого можно получить необходимые сведения (адрес сайта в Интернете, адрес офисов, в которых можно получить информацию, номера справочных телефонов, указание на средства массовой информации, в которых опубликована данная декларация, и т.п.). Вместе с тем, по мнению специалистов ФАС России, указание адреса сайта в Интернете самого по себе, без информации о том, что по указанному адресу можно ознакомиться с проектной декларацией, не отвечает требованию ч. 7 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В п.26 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» отмечено, что наличие у потребителей рекламы потенциальной возможности получить необходимую информацию, обратившись к рекламодателю по телефону, приведенному в рекламе, или при посещении его интернет-сайта не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности, предусмотренной ч. 7 ст. 28 Закона о рекламе.

Материалами дела подтверждается, что рассматриваемая реклама, распространенная 22.03.2016 на сайте <http://www.e1.ru> под заголовком «ЖК «Ольховский парк» опережает ожидания: в Екатеринбурге досрочно сдаются комфортные новостройки» является рекламой, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, поскольку ООО

«Форум – Жилые кварталы» (застройщик) указало, что осуществляет продажу строящихся квартир на основании договоров участия в долевом строительстве.

Между тем, в рассматриваемой рекламе, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, указана лишь контактная информация (*«Для оперативной связи с застройщиком: страничка на Фэйсбуке, страничка Вконтакте. Адрес отдела продаж: ул. Хохрякова, 48 тел. (343) 288-27-18. Планировки и подробная информация на сайте www.ольховскийпарк.рф»*), при этом сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, отсутствуют, что противоречит требованиям ч.7 ст.28 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч.1 ст.28 ФЗ «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 рассматриваемой рекламе указано: *«Ипотечные программы или рассрочка от застройщика сделают важную покупку удобнее и доступнее»*.

В соответствии с п.2 ст.4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Рассрочка финансовой услугой не является, ипотека же соответствует вышеуказанному определению «финансовая услуга».

Согласно ч.1 ст.1 Федерального закона от 16.07.1998 №102-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «Об ипотеке (залоге недвижимости)» по договору о залоге недвижимого имущества (договору об ипотеке) одна сторона - залогодержатель, являющийся кредитором по обязательству, обеспеченному ипотекой, имеет право получить удовлетворение своих денежных требований к должнику по этому обязательству из стоимости заложенного недвижимого имущества другой стороны - залогодателя преимущественно перед другими кредиторами залогодателя, за изъятиями, установленными федеральным законом.

Объектом рекламирования, к которому привлекается внимание наряду с квартирами в ЖК «Ольховский парк», являются и обозначенные в рекламе ипотечные программы, интерес потребителей к которым формируется за счет использования словосочетания *«сделают важную покупку удобнее и доступнее»*.

Материалами дела установлено, что ООО «Форум - Жилые кварталы» сотрудничает с рядом аккредитованных банков и направляет туда своих клиентов, желающих приобрести квартиру с помощью ипотеки. Таким образом, с целью увеличения количества заключенных договоров долевого участия с потребителями, застройщик рекламирует и финансовую услугу (ипотечные программы), оказываемую его партнерами – финансовыми организациями.

Комиссия отклоняет довод ООО «Хёрст Шкулев Диджитал.Урал» и ООО «Форум - Жилые кварталы» о том, что указание об ипотечных программах не является рекламой, поскольку является обобщенным наименованием группы товаров, что не позволяет выделить конкретный товар среди ряда однородных (отсутствуют индивидуализирующие признаки указанных ипотечных программ (их наименование)).

Финансовые организации (банки) предоставляют физическим лицам финансовую услугу – ипотечное кредитование, существо которой не зависит от того или иного присвоенного ипотечным программам наименования (вариации по процентной ставке, сроку кредитования и т.д., отраженные в разных ипотечных программах, осуществляются в рамках одной финансовой услуги - ипотеки).

Кроме того, возложенная ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе» обязанность по указанию в рекламе финансовых услуг наименования или имени лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество) как раз и наделяет такую рекламу индивидуализирующими признаками.

Между тем, в рекламе ЖК «Ольховский парк», являющейся, в том числе и рекламой финансовой услуги (ипотеки), наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество) отсутствует.

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5, ч.1 и ч.7 ст.28 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель (ч.6 ст.38 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (ст. 3 ФЗ «О рекламе»).

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.1 и ч.7 ст.28 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель (ч.7 ст.38 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п.7 ст.3 ФЗ «О рекламе»).

Материалами дела установлено, что рассматриваемая реклама была распространена на основании Договора № W-3173 оказания услуг по размещению рекламы на Интернет-сайте от 31 июля 2014 года, заключенного между ООО «Смартпейдж» (Заказчик) и ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» (Исполнитель), предмет которого в п.2.1 определен следующим образом: «Исполнитель обязуется оказывать Заказчику услуги по размещению (производству и размещению) рекламной информации Заказчика, соответствующей требованиям законодательства РФ, а также правилам (требованиям), предъявляемым Исполнителем к рекламным материалам, на указываемых в конкретных Заказах интернет-сайтах и их разделах (далее – «сайт»)).

Согласно п.3.1. вышеуказанного договора исключительным основанием для оказания Исполнителем конкретных услуг по размещению (производству и размещению) рекламной информации является согласованные сторонами Заказ установленной формы и макет рекламно-информационного материала, имеющие статус Приложения к настоящему договору. Согласование макета рекламно-информационного материала может производиться как путем подписания макета с рекламной информацией, так и путем обмена электронными письмами.

В материалы дела представлены Заказ на размещение (производство и размещение) рекламной информации (Приложение №44 от 24.02.2016 к договору № W-3173 от 31.07.2014), из которого следует, что ООО «Смартпейдж» заказало у ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» услуги журналиста, а также Заказ на размещение (производство и размещение) рекламной информации (Приложение №43 от 24.02.2016

к договору № W-3173 от 31.07.2014), из которого следует, что ООО «Смартпейдж» заказало у ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» размещение информации, поименованной как «новость дневная – разовое размещение в рубрике Недвижимость + обложка, Недвижимость», срок размещения – 22.03.2016.

Между тем, в ходе рассмотрения дела установлено, что при производстве и размещении рассматриваемой рекламы ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» сотрудничало напрямую с заказчиком своего партнера ООО «Смартпейдж» - застройщиком ООО «Форум – Жилые кварталы», которое предоставило ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» техническое задание, согласовывало путем электронной переписки вносимые правки и утвердило окончательный вариант текста рекламы в ходе телефонного разговора сотрудников.

ООО «Форум – Жилые кварталы», согласовав текст рекламы, определило объект рекламирования и содержание подлежащей распространению 22.03.2016 на сайте <http://www.e1.ru> рекламы ЖК «Ольховский парк», что указанным Обществом не оспаривается.

ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» произвело и распространило данную рекламу на сайте e1.ru в рамках договора №W-3173 оказания услуг по производству размещению рекламы на Интернет-сайте от 31.07.2014.

Таким образом, материалами дела подтверждается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Форум – Жилые кварталы», рекламораспространителем - ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал».

Согласно Заказу на размещение (производство и размещение) рекламной информации (Приложение №43 от 24.02.2016 к договору № W-3173 от 31.07.2014), дата начала размещения рекламы – 22.03.2016, дата окончания размещения – 22.03.2016, то есть реклама размещалась один день.

Таким образом, в настоящее время данная реклама не распространяется, в рекламу, хранящуюся в архиве новостей на сайте <http://www.e1.ru>, внесены изменения, в связи с чем, необходимость в выдаче предписания о прекращении распространения ненадлежащей рекламы отсутствует.

В соответствии с п. 7 ч.2 ст. 33 ФЗ «О рекламе» Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

Согласно п. 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утвержденных Постановлением Правительства РФ № 508 от 17.08.2006) дата изготовления решения в полном объеме считается датой принятия решения.

В резолютивной части Решения Комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1.КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

В соответствии с п. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 – 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 37 – 43 Правил рассмотрения дел, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «ЖК «Ольховский парк» опережает ожидания: в Екатеринбурге досрочно сдаются комфортные новостройки», распространенную 22.03.2016 на сайте <http://www.e1.ru> ненадлежащей, нарушающей требования:

- ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», поскольку в рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях, на которых привлекаются денежные средства физических лиц для строительства жилья (договор участия в долевом строительстве), что искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы;

- ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе», поскольку в рекламе «ЖК «Ольховский парк», содержащей сведения об ипотечных программах, не указано наименование или имя лица, оказывающего финансовую услугу;

- ч.7 ст.28 ФЗ «О рекламе», поскольку в рекламе, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, отсутствуют сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

3. Делопроизводство в отношении ЗАО «Форум-групп» и ООО «Смартпейдж» прекратить.

4. Законному представителю **ООО «Форум – Жилые кварталы»** (ИНН 6671446690, 620014, г. Екатеринбург, ул. Радищева, 25, офис 202, дата регистрации – 06.03.2014, место регистрации – ИФНС по Верх-Исетскому району г. Екатеринбурга) (ст. 25.4 КоАП РФ – законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) **16 января 2017 г. в 11 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

5. Законному представителю **ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал»** (ст. 25.4 КоАП РФ – законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) **16 января 2017 г. в 12 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

6. Генеральному директору ООО «Хёрст Шкулёв Диджитал. Урал» <...> (её защитнику) (ч.ч.1, 2, ст.25.5 КоАП РФ - для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник, а для оказания юридической помощи потерпевшему - представитель. В качестве защитника или представителя к участию в производстве по делу об административном правонарушении допускается адвокат или иное лицо) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) **16 января 2016 г. в 12 час. 30 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение (копией приказа о назначении на должность генерального директора).

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>