

ИГ/47393/17

ООО «Регистратура.Ру»

127473, г. Москва,  
ул. Краснопролетарская, д. 16, стр. 2

127055, г. Москва,  
Порядковый пер., д. 21, оф. 401

ООО «Яндекс»

119021, Москва,  
ул. Льва Толстого, д.16

АО «МаксимаТелеком»

125009, г. Москва,  
Старопименовский пер., д. 10

info@maximatelecom.ru

ОАО «Мосреалстрой»

123242, г. Москва,  
ул. Зоологическая, д. 22

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 3-5-233/77-16**

«01» ноября 2016 г.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия Московского УФАС России, Комиссии) в составе:

председателя Комиссии – <...>,  
членов Комиссии – <...>, <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-233/77-16 в отношении ОАО «Мосреалстрой» по факту распространения в системе «Яндекс.Директ» рекламы «ЖК «Кристалл» на ул. Смольная; Квартиры бизнес класса от 9,1 млн. ул. Смольная. Звоните!; *t.mosrealstroy.ru*; Адрес и телефон» с признаками нарушения пункта 4 части 3,

части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, в которой содержатся недостоверные сведения о цене рекламируемого товара, а также отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, когда при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы,

в присутствии представителей ОАО «Мосреалстрой» в лице <...> (по доверенности № <...>), в лице <...> (по доверенности № <...>),

в отсутствие представителей ООО «Яндекс», АО «МаксимаТелеком», ООО «Регистратура.Ру» (уведомлены надлежащим образом),

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-233/77-16 возбуждено Московским УФАС России на основании заявления физического лица относительно распространения в системе «Яндекс.Директ» рекламы «ЖК «Кристалл» на ул. Смольная; Квартиры бизнес класса от 9,1 млн. ул. Смольная. Звоните!; *m.mosrealstroy.ru*; Адрес и телефон».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ОАО «Мосреалстрой», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ОАО «Мосреалстрой» (место нахождения: 123242, г. Москва, ул. Зоологическая, д. 22) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 15.07.2010 за основным государственным регистрационным номером 1107746564771, ИНН 7703724472, КПП 770301001.

ООО «Регистратура.Ру» (место нахождения: 127473, г. Москва, ул. Краснопролетарская, д. 16, стр. 2) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 13.06.2012 за основным государственным регистрационным номером 1127746462854, ИНН 7707778278, КПП 770701001.

АО «МаксимаТелеком» (адрес: 127006, г. Москва, Старопименовский пер., д. 10) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 25.11.2004 за основным государственным регистрационным номером 1047796902450, ИНН 7703534295, КПП 771001001.

ООО «Яндекс» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.09.2000 за основным государственным регистрационным номером 1027700229193, ИНН 7736207543, КПП 770401001.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

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 на некое лицо или лица, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама размещалась в сети Интернет, а именно в системе «Яндекс.Директ». Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная реклама содержала в себе следующие сведения: *«ЖК «Кристалл» на ул. Смольная; Квартиры бизнес класса от 9,1 млн. ул. Смольная. Звоните!; m.mosrealstroy.ru; Адрес и телефон»*. При нажатии на (клике) на рассматриваемую рекламы происходил переход на страницу в сети Интернет, расположенную на сайте m.mosrealstroy.ru.

Таким образом Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в настоящем случае привлекалось внимание к ЖК «Кристалл».

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (ЖК «Кристалл»), а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Данный вывод лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Согласно части 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 пункту 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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 решении вопроса о надлежащем доведении до сведения потребителей рекламы информации, обязательной к размещению в силу требований Закона о рекламе, в каждом конкретном случае необходимо учитывать в том числе: способ размещения рекламы; шрифт, его кегль и начертание; соотношение цвета фона, на котором размещена такая информация, с цветовым начертанием букв; иные обстоятельства размещения рекламы.

Стоимостью является воплощенный в товаре и о вещественный в нем общественный труд товаропроизводителей. Цена — сумма, которую следует уплатить при приобретении товара или услуги. Как правило, цена имеет денежное выражение. В случае, когда в рекламе указывается цена товара или стоимость услуги, то она должна соответствовать действительным тарифам, а не минимальным расценкам, которые практически не применяются или подразумевают затраты на сопутствующие услуги.

Спорная реклама содержала в себе сведения о минимальной стоимости квартиры, адресе жилого комплекса.

Так, в рекламе указана минимальная цена на квартиру, а именно посредством использования такой формулировки как «от 9,1 млн». Однако, согласно представленным заявителем документам и сведениям, приобрести квартиру в рекламируемом жилом комплексе «Кристалл» за указанную в рекламе цену не возможно, так как обязательным условием является предварительное заключение договора на оказание услуг по «бронированию» квартиры с агентом застройщика. Данные сведения подтверждаются письмом ОАО «Мосреалстрой».

Указанные обстоятельства подтверждаются в том числе письмом застройщика ОАО «Центр-Инвест», согласно которому заключить договор напрямую с застройщиком невозможно, такой договор может быть заключен только через уполномоченного представителя (агента), которым является ОАО «Мосреалстрой».

В свою очередь ОАО «Мосреалстрой» сообщает в своем письме о том, что заключение договора участия в долевом строительстве без предварительного оформления договора бронирования на данную квартиру не осуществляется. Стоимость такого договора бронирования составляет 1.5% от стоимости квартиры, что является существенной суммой доплаты.

Соответственно общая сумма затраченных на приобретение квартиры в

рекламируемом жилом комплексе существенно отличается от заявленной в рекламе.

Комиссия Московского УФАС России, вопреки заявлениям ответчика, считает необходимым рассматривать цену квартиры и договора бронирования в совокупности и считать именно данную сумму ценой рекламируемого товара, в связи с тем, что согласно приведенным выше доводам, приобретение квартиры без заключения договора бронирования не возможно.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама содержала в себе недостоверные сведения относительно цены квартиры, так как реально затраченные средства на приобретение квартиры в рекламируемом жилом комплексе значительно превышали указанную в рекламе сумму с учетом дополнительного договора бронирования.

Даже при учете того, что формально договор бронирования и договор участия в долевом строительстве являются разными и по своей сути заключаются в отношении различных предметов, тот факт, что иначе как предварительно «забронировав» квартиру, приобрести ее невозможно, ценной товара является вся совокупность затраченных потребителем средств.

Кроме того, сам по себе факт необходимости заключения договора бронирования с агентом и невозможность приобретения квартиры напрямую у застройщика никоим образом не отражена в рассматриваемой рекламе.

Таким образом заинтересовавшись предложением, озвученным в рекламе, потенциальный потребитель сталкивается с неизвестными ему ранее условиями, необходимыми для приобретения объекта рекламирования, к которому привлекалось внимание по средством рассматриваемой рекламы.

На основании изложенного в рассматриваемой рекламе содержится недостоверная информация о цене рекламируемого товара, которая в любом случае будет превышать цену, указанную в рекламе, а также отсутствует часть существенной информации об объекте рекламирования, в связи с чем искажается смысл рекламы. Тем самым потребители вводятся в заблуждение в отношении расходов, которые им придется понести в связи с приобретением квартиры в рекламируемом жилом комплексе «Кристалл», а также в отношении условий, которые им придется выполнить.

Таким образом, реклама распространяемая в системе «Яндекс.Директ» рекламе: «ЖК «Кристалл» на ул. Смольная; Квартиры бизнес класса от 9,1 млн. ул. Смольная. Звоните!; [m.mosrealstroy.ru](http://m.mosrealstroy.ru); Адрес и телефон», содержащая нарушение пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламоатель.

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

На основании представленных в материалы дела договоров Комиссией Московского УФАС России установлено, что лицом определившим объект рекламирования является ОАО «Мосреалстрой», что Обществом в рамках

рассмотрения дела не отрицается.

Таким образом, ответственность за нарушение в рассматриваемой рекламе пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе несет ОАО «Мосреалстрой».

Рассматриваемая реклама распространялась на основании последовательно заключенных договоров: Договор № РС-27396-11/14/МТ14-063 от 17.11.2014, заключенный между ЗАО «МаксимаТелеком» (в настоящее время — АО «МаксимаТелеком») и ООО «Яндекс», в соответствии с которым АО «МаксимаТелеком» за вознаграждение оказывает ООО «Яндекс» технические услуги, связанные с размещением ООО «Яндекс» рекламы на рекламных местах на ресурсах АО «МаксимаТелеком»; Договор № 32287/15 от 01.03.2015 возмездного оказания услуг, заключенный между ООО «Яндекс» и ООО «Регистратура.РУ», в соответствии с которым ООО «Яндекс» принимает на себя обязательства оказывать рекламные услуги, связанные с размещением в сети Интернет предоставленных ООО «Регистратура.РУ» рекламных материалов третьих лиц; Договор № 0170-15 от 01.09.2015 на оказание услуг, заключенный между ОАО «Мосреалстрой» и ООО «Регистратура.Ру», в соответствии с которым ООО «Регистратура.Ру» принимает на себя обязательства оказывать услуги, связанные с осуществлением рекламных кампаний (размещением рекламы) ОАО «Мосреалстрой» на рекламных площадках в сети Интернет, в том числе «Яндекс.Директ».

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в распространении рекламы, которая признана ненадлежащей, участвовали также ЗАО «МаксимаТелеком», ООО «Яндекс», ООО «Регистратура.Ру». Данный факт лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) 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.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на

основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

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.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ОАО «Мосреалстрой», ЗАО «МаксимаТелеком», ООО «Яндекс», ООО «Регистратура.Ру» предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Также, частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Согласно имеющимся в материалах дела документам и сведениям, рассматриваемая реклама распространялась в системе «Яндекс.Директ» с 16.09.2015 по 01.10.2015.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности на момент оглашения резолютивной части истек.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

#### РЕШИЛА:

1. Признать ОАО «Мосреалстрой» нарушившим требования пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении с 16.09.2015 по 01.10.2015 в системе «Яндекс.Директ» ненадлежащей рекламы: *«ЖК «Кристалл» на ул. Смольная; Квартiry бизнес класса от 9,1 млн. ул. Смольная. Звоните!; m.mosrealstroy.ru; Адрес и телефон»*, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, а также отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, что повлекло за собой искажение смысла информации и были введены в заблуждение потребители

рекламы.

2. Выдать ОАО «Мосреалстрой», ЗАО «МаксимаТелеком», ООО «Яндекс», ООО «Регистратура.Ру» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>

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