

ИГ/22608/18 от 14.05.2018

ООО «Гэллэри Сервис»

Багратионовский пр-д, д. 7, к. 20а,
г. Москва, 121087

ООО «АМС-ОМД»

Рождественка ул., д. 17, корп. 2,
г. Москва, 107031

Julia.Samgina@group.omid.ru

ООО «МедиаПлан»

Кисельный Нижний пер., д. 4,
г. Москва, 107031

ООО «Павловские кварталы»

Каховка ул., д. 10, корп. 3, пом. 2,
г. Москва, 117461

Б. Черёмушкинская ул., д. 32,
корп. 1, пом. 1,
г. Москва, 117218

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-28-265/77-17

«01» марта 2018 года

г. Москва

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

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-265/77-17, возбужденное в отношении ООО «АМС-ОМД» в связи с распространением рекламы «Павловский квартал» (4224_ГС-16_30) с признаками нарушения части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует информация о всех условиях, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)»,

для заемщика и влияющие на нее, при указании на одно условие, влияющее на его стоимость,

в присутствии представителей: ООО «Гэллэри Сервис» в лице <...> (по доверенности № <...>), <...> (по доверенности № <...>), <...> (по доверенности № <...>); ООО «Павловский квартал» в лице <...> (по доверенности <...>),

в отсутствие представителей ООО «АМС-ОМД» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-28-265/77-17 возбуждено в отношении ООО «АМС-ОМД» на основании Акта № 8-18 от 02.06.2017 плановой выездной проверки юридического лица при осуществлении контроля за соблюдением Закона о рекламе по факту размещения рекламы, содержащей признаки нарушения части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Далее определением по делу № 3-28-265/77-17 от 18.12.2018 к участию в деле в качестве лиц, в чьих действиях усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, были привлечены ООО «МедиаПлан» и ООО «Павловский квартал».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 3 статьи 28 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует информация о всех условиях, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее, при указании на одно условие, влияющее на его стоимость.

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

ООО «Гэллэри Сервис» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.08.2004 за основным государственным регистрационным номером 1047796651176, ИНН 7714564333, КПП 773001001.

ООО «АМС-ОМД» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 05.08.2011 за основным государственным регистрационным номером 1117746606317, ИНН 57702768149, КПП 770201001.

ООО «МедиаПлан» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.02.2009 за основным государственным регистрационным номером 1097746058145, ИНН 7702703504, КПП 770201001.

ООО «Павловский квартал» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.02.2008 за основным государственным регистрационным номером 1087746241450, ИНН 7707655156, КПП 772701001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается информация, распространяемая 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 о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама размещалась на рекламных конструкциях на территории города Москва. 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, под объектом рекламирования понимается 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.

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.

Исходя из содержания рассматриваемой рекламы, в данном случае объектом рекламирования являются квартиры в Жилом комплексе «Павловские кварталы», в том числе условия их оплаты.

На основании изложенного, спорное информационное сообщение является рекламой. Данный факт лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

В соответствии с пунктом 28 Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодаделец 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.

В настоящем случае в рекламе содержались следующие сведения: «Павловский квартал; Готовые квартиры; Первый взнос 0%* *Минимальный первоначальный взнос по ипотеке ЗАО «СНГБ» (Генеральная лицензия Банка России № 588 от 30.07.2012). Проектная декларация и условия акции www.pavkvartal.ru. Застройщик ООО «Павловский квартал». Новая Рига, 14 км, 495 221-12-50».

Исходя из текста рекламы квартиры в ТЦ «Павловский квартал» можно приобрести в ипотеку при первоначальном взносе 0%. Однако в рекламе не указаны условия при которых это возможно (например, минимальный (максимальный) срок ипотеки, минимальная (максимальная) процентная ставка, наличие (отсутствие) льгот у потребителя, возраст, минимальная (максимальная) сумма ипотеки и т. д.).

Отсутствие данных условий в рекламе может ввести потребителя в заблуждение относительно возможностей приобретения квартиры в данном Жилом комплексе. До потребителя в рекламе не доведены те сведения, которые могли бы повлиять на его решение при выборе квартиры не в пользу ЖК «Павловские кварталы».

Исходя из вышеизложенного, учитывая то обстоятельство, что в спорной рекламе приведено указание на одно из условий, влияющих на окончательную сумму расходов, а об иных существенных условиях в рекламе умалчивается, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в рассматриваемой рекламе содержатся признаки нарушения части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе установлено нарушение части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 3 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рассматриваемая реклама размещалась на основании следующих договоров:

- Договор № 01/01/16-6-МР от 01.01.2016, заключенный между ООО «Павловский квартал» и ООО «МедиаПлан»;

- Приложений № OPN-65558 от 25.03.2016, № 66507 от 25.04.2016 к Договору № 26/12/11-AMS от 26.12.2011, заключенные между ООО «МедиаПлан» и ООО «АМС-ОМД»;
- Договор № 4224/ГС-16 от 25.12.2015, заключенные между ООО «АМС-ОМД» и ООО «Гэллэри Сервис».

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Павловский квартал», что Обществом не оспаривается.

Исходя и вышеизложенного, Комиссий Московского УФАС России в действиях ООО «Павловский квартал» установлены признаки нарушения части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

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 ООО «Павловский квартал», ООО «АМС-ОМД», ООО «МедиаПлан», ООО «Гэллэри Сервис» предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 ООО «Павловский квартал» нарушившим часть 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении рекламы «Павловский квартал» (4224_ГС-16_30).

2. Выдать ООО «Павловский квартал» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «Гэллэри Сервис», ООО «АМС-ОМД», ООО «МедияПлан» предписания о прекращении распространения рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>