



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ  
по делу № 48

Резолютивная часть оглашена 13.12.2018

В полном объеме изготовлено 29.12.2018

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

<...> – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии,

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,

<...> – специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии, с участием в качестве:

- заявителя – физическое лицо (не явилось, нет сведений об извещении),

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» (ИНН 6670087495, КПП 667001001, ОГРН 1056603576479, дата присвоения ОГРН: 08.06.2005, юр. адрес: 620078, г. Екатеринбург, ул. Мира, 39) – <...> (доверенность № 561 от 04.12.2018),

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) и Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, далее – Административный регламент), дело по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело возбуждено в отношении ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» определением от 14.11.2018 на основании заявления физического лица (вх. № 01-19543 от 11.09.2018) о распространении 10.09.2018 на сайте <https://www.e1.ru/> статьи с пометкой «на правах рекламы» под заголовком «В самом интеллигентном районе Екатеринбурга выставили на продажу две семейные квартиры» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рассмотрение дела определением от 14.11.2018 назначено на 13.12.2018 в 17 час. 00 мин.

При рассмотрении дела установлено следующее.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх. № 01-19543 от 11.09.2018) о распространении 10.09.2018 на сайте <https://www.e1.ru/> по адресу: [https://www.e1.ru/news/spool/news\\_id-65361741.html](https://www.e1.ru/news/spool/news_id-65361741.html) статьи с пометкой «на правах рекламы» под заголовком «*В самом интеллигентном районе Екатеринбурга выставили на продажу две семейные квартиры*».

Заявитель указал, что в статье не указано, на основании чего микрорайон «Университетский» считается «самым интеллигентным районом Екатеринбурга».

Рекламная статья, размещенная на сайте <https://www.e1.ru/> имеет следующее содержание:

***«В самом интеллигентном районе Екатеринбурга выставили на продажу две семейные квартиры***

*В них уже сделан ремонт, кухня – в подарок, остается только переехать. Тот, кто говорит, что в Екатеринбурге нет тихих и спокойных микрорайонов, просто не был в микрорайоне «Университетский» возле УПИ. В закрытом уединенном квартале созданы все условия для того, чтобы воспитывать детей в счастливой и дружелюбной атмосфере. Сегодня здесь на продажу выставлены две семейные трешки площадью 95,7 и 97,2 кв. м с ремонтом под ключ и мебелью.*

*Встретить второе такое предложение на рынке недвижимости невозможно. Прямо во дворе «Университетского» расположен детский садик, в домах открыты всевозможные творческие и спортивные секции. Через дорогу находится поликлиника, а до школы буквально пара минут безопасной дороги.*

*Но главное — здесь созданы максимально удобные планировки для семей с детьми. Те, что сейчас выставлены на продажу, покоряют с первого взгляда — большие комнаты правильной формы, просторная прихожая и кухня с выходом на балкон, гардеробная, два санузла... А плюсом к тому — высокие потолки.*

*Планировки в микрорайоне «Университетский» понравятся даже самому требовательному покупателю.*

*— Такие трешки вызывают у покупателей особый интерес, — подтверждают в отделе продаж «Университетского». — Родителям нравится, что в их спальне есть гардеробная. Вторую такую же по размеру комнату они обычно отдают детям — места там предостаточно и для одного, и для двух ребят. И еще остается целая комната для приема гостей и семейных посиделок.*

*Подкупает родителей и вместительная кухня с выходом на балкон — хозяйке здесь действительно есть где разгуляться. Дети же быстро оценивают возможности холла — в нем можно устраивать активные игры, а для полезного досуга установить шведскую стенку.*

*В огромном дворе площадью 3 га для детей настоящее раздолье — шесть игровых площадок, три спортивных корта. Для взрослых обустроена современная воркаут-площадка и красивый зеленый бульвар для прогулок, который проходит через весь микрорайон.*

*По всему периметру высажено множество самых разных кустарников и деревьев, благодаря чему создается ощущение, будто ты в ботаническом саду. Некоторые растения, кстати, посадили дети, которые посещают школу юного садовода, открытую в «Университетском».*

*Атмосфера добрососедства царит в «Университетском» постоянно, особенно это чувствуется на многочисленных праздниках, которые здесь проходят при поддержке застройщика и управляющей компании «Актив Система».*

*Детей и родителей регулярно навещает выездной контактный зоопарк. Каждый чувствует себя комфортно и спокойно, поскольку за безопасностью круглосуточно наблюдают специалисты системы мониторинга.*

*Узнать подробности и оценить все прелести семейного «Университетского» можно, записавшись на персональную экскурсию по телефону +7 (343) 375-32-73.*

*Микрорайон «Университетский»*

*Создан для детей. Одобрен родителями.\*\*\**

*Отдел продаж: +7 (343) 375-32-73*

*ул. Комсомольская, 78*

*promo.pervostroitel.ru*

*Реклама. Предложение ограничено, публичной офертой не является. Подробную информацию можно получить в отделе продаж компании «Первостроитель» по телефону +7 (343) 375-32-73, ул. Комсомольская, 78. ООО «АН «Мира 39». Застройщик: ООО «СК Прогресс», ООО «Энергоинфраструктура». Предложение действительно с 01.09.2018 по 30.09.2018. Продажи осуществляются по договору купли-продажи. Дома «Ломоносов» (ул. Библиотечная, 43), «Менделеев» (ул. Мира, 41), «Коперник» (ул. Педагогическая, 28) сданы.*

*\* Указана стоимость для 3-комнатной квартиры площадью 95,7 кв. м. в доме ул. Библиотечная, 43, секция Е, 6-й этаж.*

*\*\* Указана стоимость для 3-комнатной квартиры площадью 97,2 кв. м. в доме ул. Мира, 41, секция Г, 3-й этаж.*

*\*\*\* По результатам опроса, проведенного в период с 1 по 30 сентября 2016 года среди жителей микрорайона «Университетского», имеющих одного и более детей».*

ООО «Сеть городских порталов» в письменных пояснениях (вх. № 01-23873 от 06.11.2018) на запрос Управления (исх. № 18640 от 10.10.2018) сообщило, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» на основании договора № 4017 от 01.06.2018 и приложения № 3 от 04.09.2018.

**ООО «Агентство недвижимости «Мира 39»** в письменных пояснениях (вх. № 01-26333 от 05.12.2018), а также в ходе рассмотрения дела сообщило следующее.

Рекламная статья «*В самом интеллигентном районе Екатеринбурга выставили на продажу две семейные квартиры*» была размещена на условиях Договора № 4017 оказания услуг по производству и размещению рекламно-информационного материала от 01.06.2018 (далее – Договор).

Согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Пункт 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» говорит, что использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами,

изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В размещенной статье на сайте <https://www.el.ru/> объектом рекламирования выступают две семейные квартиры в микрорайоне «Университетский» – именно квартиры предлагаются к продаже, описываются их стоимостные, строительные и дизайнерские характеристики.

Словосочетание «самый интеллигентный» относится не к рекламируемым квартирам, а к микрорайону «Университетский», который не является товаром по смыслу ст. 3 Закона о рекламе.

Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Кроме того, сам термин «интеллигентный» не несет той смысловой нагрузки, как термины «лучший», «первый», «номер один» – то есть не является превосходной степенью чего-либо, не указывает на неоспоримые (признаваемые всеми) преимущества.

«Интеллигентный» – относящийся к интеллигенции, то есть к социальной группе, которая занимается умственным трудом и отличается творческим характером своей деятельности.

Таким образом, по мнению ООО «Агентство недвижимости «Мира 39», указанный заголовок не нарушает требований Закона о рекламе, и не может рассматриваться как недостоверный.

Макет рекламы утверждался по электронной почте, без его письменного согласования сторонами Договора, после чего, в соответствии с условиями Договора реклама была размещена на сайте <https://www.el.ru/>. Согласно Приложению № 3 от 04.09.2018 к Договору размещение рекламы началось с 10.09.2018.

Единственным способом распространения указанной рекламы является новость на сайте <https://www.el.ru/>. Подтверждением размещения рекламы является подписанный сторонами Договора Акт оказанных услуг № 13809 от 10.09.2018, представленный в материалы дела.

Использование прилагательного «университетский» по отношению к микрорайону использовано в связи с тем, что микрорайон расположен рядом с УПИ (Уральский политехнический институт (УПИ), позднее – Уральский государственный технический университет (УГТУ), в настоящее время – Уральский Федеральный Университет (УрФУ).

Застройщик пяти домов позиционирует территорию между улицами Мира/Педагогическая/Комсомольская/Библиотечная, в которой расположены дома (ЖК «Университетский», жилые дома «Ломоносов», «Менделеев», «Коперник»), как «Университетский микрорайон» по названию одного из жилых комплексов.

**Рассмотрев имеющиеся в деле материалы, заслушав участвующих в деле лиц, Комиссия приходит к следующим выводам.**

Целями 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, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы,

предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Под информацией в ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее – Закон об информации) понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п. 1), а под распространением информации – действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9). Информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений. Информация может свободно использоваться любым лицом и передаваться одним лицом другому лицу, если федеральными законами не установлены ограничения доступа к информации либо иные требования к порядку ее предоставления или распространения (ч. 1 ст. 5). На территории Российской Федерации использование информационно-телекоммуникационных сетей осуществляется с соблюдением требований законодательства Российской Федерации в области связи, настоящего Федерального закона и иных нормативных правовых актов Российской Федерации (ч. 1 ст. 15). Запрещается распространение информации, которая направлена на пропаганду войны, разжигание национальной, расовой или религиозной ненависти и вражды, а также иной информации, за распространение которой предусмотрена уголовная или административная ответственность (ч. 6 ст. 10). Законодательством Российской Федерации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя (ч. 4 ст. 5).

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 Закона о рекламе). Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (п. 1. ст. 3 Закона 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 Закона о рекламе).

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п. 3 ст. 3 Закона о рекламе).

Потребители рекламы – лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (п. 8 ст. 3 Закона о рекламе).

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (п. 4 ст. 3 Закона о рекламе).

Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (п. 1. ст. 3 Закона о рекламе).

Материалами дела установлено, что с 10.09.2018 на сайте <https://www.el.ru/> распространяется статья с пометкой «на правах рекламы» под заголовком «*В самом интеллигентном районе Екатеринбурга выставили на продажу две семейные квартиры*» следующего содержания:

**«В самом интеллигентном районе Екатеринбурга выставили на продажу две семейные квартиры»**

В них уже сделан ремонт, кухня – в подарок, остается только переехать. Тот, кто говорит, что в Екатеринбурге нет тихих и спокойных микрорайонов, просто не был в микрорайоне «Университетский» возле УПИ. В закрытом уединенном квартале созданы все условия для того, чтобы воспитывать детей в счастливой и дружелюбной атмосфере. Сегодня здесь на продажу выставлены две семейные трешки площадью 95,7 и 97,2 кв. м с ремонтом под ключ и мебелью.

Встретить второе такое предложение на рынке недвижимости невозможно. Прямо во дворе «Университетского» расположен детский садик, в домах открыты всевозможные творческие и спортивные секции. Через дорогу находится поликлиника, а до школы буквально пара минут безопасной дороги.

Но главное — здесь созданы максимально удобные планировки для семей с детьми. Те, что сейчас выставлены на продажу, покоряют с первого взгляда — большие комнаты правильной формы, просторная прихожая и кухня с выходом на балкон, гардеробная, два санузла... А плюсом к тому — высокие потолки.

Планировки в микрорайоне «Университетский» понравятся даже самому требовательному покупателю.

— Такие трешки вызывают у покупателей особый интерес, — подтверждают в отделе продаж «Университетского». — Родителям нравится, что в их спальне есть гардеробная. Вторую такую же по размеру комнату они обычно отдают детям — места там предостаточно и для одного, и для двух ребят. И еще остается целая комната для приема гостей и семейных посиделок.

Подкупает родителей и вместительная кухня с выходом на балкон — хозяйке здесь действительно есть где разгуляться. Дети же быстро оценивают возможности холла — в нем можно устраивать активные игры, а для полезного досуга установить шведскую стенку.

В огромном дворе площадью 3 га для детей настоящее раздолье — шесть игровых площадок, три спортивных корта. Для взрослых обустроена современная воркаут-площадка и красивый зеленый бульвар для прогулок, который проходит через весь микрорайон.

По всему периметру высажено множество самых разных кустарников и деревьев, благодаря чему создается ощущение, будто ты в ботаническом саду. Некоторые растения, кстати, посадили дети, которые посещают школу юного садовода, открытую в «Университетском».

Атмосфера добрососедства царит в «Университетском» постоянно, особенно это чувствуется на многочисленных праздниках, которые здесь проходят при поддержке застройщика и управляющей компании «Актив Система».

Детей и родителей регулярно навещает выездной контактный зоопарк. Каждый чувствует себя комфортно и спокойно, поскольку за безопасностью круглосуточно наблюдают специалисты системы мониторинга.

Узнать подробности и оценить все прелести семейного «Университетского» можно, записавшись на персональную экскурсию по телефону +7 (343) 375-32-73.

Микрорайон «Университетский»

Создан для детей. Одобрен родителями.\*\*\*

Отдел продаж: +7 (343) 375-32-73

ул. Комсомольская, 78

[proto.pervostroitel.ru](http://proto.pervostroitel.ru)

Реклама. Предложение ограничено, публичной офертой не является. Подробную информацию можно получить в отделе продаж компании «Первостроитель» по телефону +7 (343) 375-32-73, ул. Комсомольская, 78. ООО «АН «Мира 39«». Застройщик: ООО «СК Прогресс», ООО «Энергоинфраструктура». Предложение действительно с 01.09.2018 по 30.09.2018. Продажи осуществляются по договору купли-продажи. Дома «Ломоносов» (ул. Библиотечная, 43), «Менделеев» (ул. Мира, 41), «Коперник» (ул. Педагогическая, 28) сданы.

\* Указана стоимость для 3-комнатной квартиры площадью 95,7 кв. м. в доме ул. Библиотечная, 43, секция Е, 6-й этаж.

\*\* Указана стоимость для 3-комнатной квартиры площадью 97,2 кв. м. в доме ул. Мира, 41, секция Г, 3-й этаж.

\*\*\* По результатам опроса, проведенного в период с 1 по 30 сентября 2016 года среди жителей микрорайона «Университетского», имеющих одного и более детей».

В рассматриваемой рекламе предлагаются к продаже две 3-комнатные квартиры в микрорайоне «Университетский» в жилых домах «Ломоносов» (ул. Библиотечная, 43; площадь 95,7 кв. м. секция Е, 6-й этаж), «Менделеев» (ул. Мира, 41; площадь 97,2 кв. м. секция Г, 3-й этаж).

В Свободной энциклопедии «Википедия» содержатся следующие определения: *жилой комплекс* – это один или (чаще) несколько многоквартирных жилых домов, объединённых единой, специально спланированной территорией, построенных в едином архитектурном стиле и образующих единую территориально-пространственную целостность; *жилой квартал* представляет собой территорию, ограниченную со всех сторон улицами; *микрорайон* (от греч. *mikro* – маленький и фр. *rayon* – радиус, район) – первичная единица современной городской жилой застройки, представляющая собою комплекс жилых домов и учреждений бытового обслуживания, примыкающая к транспортным магистралям.

В целях организации управления территория муниципального образования «город Екатеринбург» делится на 7 административно-территориальных единиц – районов города: Верх-Исетский, Железнодорожный, Кировский, Ленинский, Октябрьский, Орджоникидзевский, Чкаловский (ч. 3 ст. 3 Решения Екатеринбургской городской Думы от 30.06.2005 № 8/1 «О принятии Устава муниципального образования «город Екатеринбург»).

Как пояснило ООО «Агентство невидимости «Мира 39», к «микрорайону Университетский» в рамках рассматриваемой статьи относятся ЖК «Университетский», жилые дома «Ломоносов», «Менделеев», «Коперник», которые расположены в квадрате улиц Мира/Педагогическая/Комсомольская/Библиотечная.

Таким образом, микрорайон «Университетский» не является в административно-территориальной единицей муниципального образования «город Екатеринбург».

Рассматриваемая информация соответствует понятию реклама, изложенному в п. 1. ст. 3 Закона о рекламе, поскольку распространена любым способом и с использованием любых средств (в виде статьи рекламного характера, размещенной в сети Интернет на сайте <https://www.el.ru/>), адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к объекту рекламирования – «микрорайону Университетский» (в котором предлагается к продаже две 3-комнатные квартиры в жилых домах «Ломоносов» (ул. Библиотечная, 43; площадь 95,7 кв. м. секция Е, 6-й этаж), «Менделеев» (ул. Мира, 41; площадь 97,2 кв. м. секция Г, 3-й этаж).

Согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона

«О рекламе», при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами ([пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе](#)).

Согласно «Толковому словарю русского языка» под ред. С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой:

**САМЫЙ** -ая, -ое, мест. определит. При прилагательном образует его превосходную степень, а при существительном указывает на крайнюю степень количества или качества. С. хороший. С. модный. Самая малость. Самые пустяки. В самом разгаре событий.

**ИНТЕЛЛИГЕНТНЫЙ**, -ая, -ое; -тен, -тна. 1. Принадлежащий к интеллигенции, а также вообще обладающий большой внутренней культурой. И. человек. Интеллигентное поведение. 2. Свойственный интеллигенту. И, вид. II сущ. интеллигентность, -и, ж.

Реклама квартир, предлагаемых к продаже в микрорайоне «Университетский», содержащая словосочетание «самый интеллигентный район», говорит о том, что микрорайон «Университетский» является самым интеллигентным микрорайоном г. Екатеринбурга, жители которого принадлежат к интеллигенции и обладают большей внутренней культурой, по сравнению с жителями других микрорайонов г. Екатеринбурга. При этом использованное утверждение «самый интеллигентный» не сопровождается каким-либо критерием, по которому осуществляется сравнение. Кроме того, ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» не представлены документы, которые подтверждают достоверность использования утверждения «самый интеллигентный», а также не представлены какие-либо критерии, на основании которых микрорайон является самым интеллигентным микрорайоном г. Екатеринбурга.

Таким образом, рассматриваемая реклама является недостоверной, противоречит требованиям п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку в ней содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара («микрорайон Университетский») перед находящимися в обороте товарами других продавцов, так как содержит словосочетание «самый интеллигентный район» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение.

ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» сообщило, что рассматриваемое рекламное объявление доступно на момент рассмотрения дела в архиве сайта <https://www.el.ru/>, на основании чего есть необходимость в выдаче предписания.

Ответственность за нарушение ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель (ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе).



Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

ООО «Сеть городских порталов» в письменных пояснениях (вх. № 01-23873 от 06.11.2018) на запрос Управления (исх. № 18640 от 10.10.2018) сообщило, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» на основании договора № 4017 от 01.06.2018 и приложения № 3 от 04.09.2018.

ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» в письменных пояснениях (вх. № 01-26333 от 05.12.2018) сообщило, что рекламная статья *«В самом интеллигентном районе Екатеринбурга выставили на продажу две семейные квартиры»* была размещена на условиях Договора № 4017 оказания услуг по производству и размещению рекламно-информационного материала на Интернет-сайте от 01.06.2018.

Согласно п. 2.1. вышеуказанного договора, Исполнитель (ООО «Сеть городских порталов») обязуется оказывать Заказчику (ООО «Агентство недвижимости «Мира 39») услуги по проведению онлайн-конференции, размещению (производству и размещению) рекламно-информационных материалов (далее – РИМ) Заказчика, соответствующим требованиям законодательства Российской Федерации, а также правилам (требованиям), предъявляемым Исполнителем к РИМ, на указанных в конкретных Заказах сайтах и их разделах.

ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» представлен Акт выполненных работ № 13809 от 10.09.2018, согласно которому, Исполнитель выполнил следующие услуги:

1. Размещение новости в рубрике Недвижимость с 14:00 до 18:00, период с 10.09.2018 по 10.09.2018;
2. Производство РИМ (статья, новость, лонгрид) период с 10.09.2018 по 10.09.2018;
3. Размещение анонса на обложке E1.RU с 14:00 до 18:00, период с 10.09.2018 по 10.09.2018.

Вышеперечисленные услуги выполнены полностью и в срок. Заказчик претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет. Данные обстоятельства подтверждает подписанный акт Исполнителем и Заказчиком.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» (ИНН 6670087495, КПП 667001001, ОГРН 1056603576479, дата присвоения ОГРН: 08.06.2005, юр. адрес: 620078, г. Екатеринбург, ул. Мира, 39) что подтверждается материалами дела и не оспаривается Обществом.

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

Нарушение рекламного законодательства образует событие предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административного правонарушения.

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.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40-3.45 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30).

При этом судам необходимо учитывать, что дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 11 и 12 статьи 28.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 12 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства (п. 4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58).

Юридические лица, согласно ч. 1 ст. 2.10 КоАП РФ, подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями Особой части КоАП РФ, а ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность юридических лиц.

Защиту прав и законных интересов юридического лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, или юридического лица, являющегося потерпевшим, осуществляют его законные представители (ч. 1 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 (ч. 1 ст. 25.4 КоАП РФ).

В соответствии с частью 3 статьи 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено (ст. 2.4 КоАП РФ),

допускается привлечение к административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц (п. 15 Постановления Пленума ВС РФ от 24.03.2005 № 5).

Под должностным лицом понимается лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Под организационно - распорядительными функциями понимаются полномочия, которые связаны с руководством трудовым коллективом или находящимися в их служебном подчинении отдельными работниками, с формированием кадрового состава и определением трудовых функций работников, с организацией порядка прохождения службы, применения мер поощрения или награждения, наложения дисциплинарных взысканий и т.п. К организационно-распорядительным функциям относятся полномочия лиц по принятию решений, имеющих юридическое значение и влекущих определенные юридические последствия.

Под административно-хозяйственными функциями понимаются полномочия по управлению и распоряжению имуществом и (или) денежными средствами, находящимися на балансе и (или) банковских счетах организаций, учреждений, воинских частей и подразделений, а также по совершению иных действий (п. 4 и п. 5 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 16.10.2009 №19 «О судебной практике по делам о злоупотреблении должностными полномочиями и о превышении должностных полномочий»).

Согласно ч. 1 ст. 25.15 КоАП РФ, лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

Согласно ч. 3 ст. 25.15 КоАП РФ, место нахождения юридического лица, его филиала или представительства определяется на основании выписки из единого государственного реестра юридических лиц. Если юридическое лицо, участвующее в производстве по делу об административном правонарушении, ведет дело через представителя, извещение также направляется по месту нахождения (месту жительства) представителя.

КоАП РФ не содержит оговорок о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно. Следовательно, извещение может быть осуществлено каким-либо иным способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (п. 24.1 Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

В соответствии с ч. 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.

Согласно ч. 1 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.

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 - 36 Закона о рекламе, в соответствии с п. 37 - 43 Правил рассмотрения дел, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространяемую с 10.09.2018 по настоящее время на сайте <https://www.e1.ru/> посредством статьи под заголовком «*В самом интеллигентном районе Екатеринбурга выставили на продажу две семейные квартиры*», ненадлежащей, нарушающей требование п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку в ней содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществе рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, так как реклама содержит словосочетание «самый интеллигентный район» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение.

2. Выдать ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

3. Законному представителю ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **05 марта 2019 г. в 16 час. 00 мин.** для составления в отношении юридического лица протокола об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение и **в течение трех дней** с момента получения настоящего Решения предоставить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения:

- письменные объяснения по административному правонарушению, предусмотренному ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;

- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

4. Директору ООО «Агентство недвижимости «Мира 39» надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **05 марта 2019 г. в 16 час. 30 мин.** для составления в отношении должностного лица протокола об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ **либо обеспечить ознакомление с данным решением и явку должностного лица**, ответственного за соответствие рассматриваемой в настоящем деле рекламы законодательству РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение и **в течение трех дней** с момента получения настоящего Решения предоставить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения (их надлежаще заверенные копии) **в отношении ответственного должностного лица:**

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;

- копию паспорта (разворот первой страницы и страницы с пропиской);

- документы, подтверждающие служебное положение (копии приказа о назначении/переводе на должность с отметкой об ознакомлении (на момент размещения рассматриваемой рекламы), должностной инструкции);

- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

В соответствии с ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ в случае неявки физического лица, или законного представителя физического лица, или законного представителя юридического лица, в отношении которых ведется производство по делу об административном правонарушении, если они извещены в установленном порядке, протокол об административном правонарушении составляется в их отсутствие.

*Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей (ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях).*

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

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>