

Управляющему

ООО «СЗ «Парковый»

<...>

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о выдаче предупреждения по делу об

административном правонарушении № 042/04/14.3-1566/2022

«27» декабря 2022 г. г. Кемерово, ул. Ноградская, 5

Я, <...>, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области, рассмотрев материалы дела об административном правонарушении № 042/04/14.3-1566/2022, возбужденного протоколом от 13.12.2022 в отношении общества с ограниченной ответственностью «Специализированный застройщик «Парковый» (далее – ООО «СЗ «Парковый», адрес: 650036, г. Кемерово, ул. Терешковой, д. 39, оф. 4, ОГРН 1204200011400, Дата присвоения ОГРН 07.08.2020, ИНН 4205391232, КПП 420501001), путем видеоконференцсвязи при участии защитника ООО «СЗ «Парковый» <...> (доверенность от 03.10.2022 б/н),

### УСТАНОВИЛА:

22.11.2022 Комиссией Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области по результатам рассмотрения дела № 042/05/28-1046/2022 о нарушении законодательства о рекламе, вынесено решение о признании ООО «СЗ «Парковый» нарушившим требования части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2, статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе») при размещении 24.08.2022 рекламы на маршрутном такси 22Т, государственный регистрационный номер С764МЕ142 о предоставлении ипотеки, в которой условия указаны мелким шрифтом, не подлежащем прочтению, следующего содержания:

«Парковый жилой комплекс жк-парковый.рф 67-61-51 0,01 % на весь срок ипотеки. Ремонт в подарок! Ключи в 2022...».

Указанный текст рекламы изготовлен крупным шрифтом и читается на большом расстоянии, вместе с тем условия предоставления ипотеки, а также наименование банка, который предоставляет ипотеку, указаны мелким шрифтом, расположены отдельно от основного текста рекламы и не поддаются восприятию потребителям рекламной информации.

Распространенная обществом реклама предоставления ипотеки под 0,01% направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться указанной услугой, поэтому существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации об условиях предоставляемой услуги приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой. При этом реклама, распространенная обществом без указания в ней всех условий, а также наименования банка, предоставляющего ипотеку под 0,01%, является ненадлежащей.

В данном случае форма и условия размещения текста сноски не позволяют потребителям воспринять (прочитать) условия предоставления ипотеки, а также наименование банка, который предоставляет ипотеку, в отличие от информации о процентной ставке, которая в рекламе приводится крупным шрифтом. Соответственно, потребители не получают всю необходимую для осознанного выбора информацию обо всех условиях предоставления ипотеки под 0,01%, влияющих и определяющих стоимость кредита.

Учитывая особенности размещения рекламы, ограниченное время считывания информации, размер шрифта, которым написаны существенные условия, а также наименование банка, предоставляющего ипотеку, потребители лишены возможности получить полный текст рекламы. В данном случае доступен только основной текст «Парковый жилой комплекс ЖК-Парковый.рф 67-61-51 0,01% на весь срок ипотеки. Ремонт в подарок! Ключи в 2022», а иные условия, влияющие на предоставление ипотеки, а также информация о банке являются недоступными для потребителя, в связи с чем, потребитель вводится в заблуждение относительно условий и возможности получения ипотеки 0,01% на весь срок.

То обстоятельство, что нормами ФЗ «О рекламе» не установлен размер шрифта, которым должна быть приведена обязательная в силу закона информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

С учетом изложенного в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги.

Следовательно, выполненные мелким шрифтом сведения об условиях предоставления ипотеки под 0,01%, а также наименование банка, предоставляющего ипотеку, не были доведены до неопределенного круга лиц надлежащим образом. В связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно

предлагаемой финансовой услуги.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий, напечатанных мелким шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

В пункте 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что 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.

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. В силу пункта 4 данной статьи ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования - это товар, средство его индивидуализации, 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.

Таким образом, определяющим признаком рекламы является факт ее распространения среди неопределенного круга лиц. Поскольку реклама адресована неопределенному кругу лиц, в число потенциальных потребителей объекта рекламирования могут входить лица, не имеющие возможности ознакомления с информацией, размещенной на сайте, а также по указанному в рекламе телефону. Следовательно, указание сайта, телефона организации не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности по соблюдению требований статьи 5 Закона о рекламе в части требований о полноте информации при ее размещении с использованием иных средств. Отсылка к иным источникам размещения рекламы не может рассматриваться как предоставление всей необходимой и достоверной информации при размещении рекламы с помощью иных средств.

В соответствии с частью 1 статьи 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).

Согласно части 7 статьи 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В данном случае реклама является наружной, размещена на транспортном средстве, основными потребителями рекламы необходимо рассматривать пешеходов, лиц, находящихся на автобусных остановках, водителей и пассажиров транспортных средств, движущихся по проезжей части. Учитывая месторасположение рекламы (на транспортном средстве), ограниченное время считывания информации для основной аудитории потребителей, мелкий размер шрифта, которым написаны существенные условия, потребители рекламы, с учетом объема содержащейся в рекламе информации, не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным образом в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации.

В данном случае формальное присутствие в рекламе условий предоставления ипотеки под 0,01% на весь срок, а также наименования банка, напечатанных мелким шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данную информацию, не может рассматриваться как ее наличие, поскольку может ввести потребителей рекламы в заблуждение.

Также 03.11.2022 состоялось заседание Экспертного совета по рекламе при Кемеровском УФАС России, одним из вопросов обсуждения являлось обсуждение вышеуказанной рекламы. Одной из тем обсуждения Экспертного совета была реклама ООО «СЗ «Парковый».

Членам Экспертного совета по рекламе (присутствовало 9 человек) были заданы следующие вопросы:

1. Поддается ли в данном случае прочтению текст условий предоставления ипотеки под 0,01%? (продемонстрирована фотография рекламы, представленная заявителем).

Варианты ответов: да, нет, другой вариант.

Решение Членов Экспертного совета: ДА – 0 чел., НЕТ – 9 чел., свой вариант – 0 чел.

2. Что, по Вашему мнению, в данном случае является объектом рекламирования?

Членами Экспертного совета были даны следующие варианты ответов:

«Услуги ипотеки»;

«Финансовые услуги» (2 чел.);

«Финансовые услуги, ипотека»; (2 чел);

«Продажа помещений (жилых/нежилых объектов) в ЖК «Парковый» на условиях ипотеки под 0,01%»;

«Рекламируется ЖК «Парковый», конкретнее – ипотека для приобретения квартиры в ЖК «Парковый»;

«Товар – квартиры в ЖК «Парковый», на приобретение которых предоставляется ипотечный займ»;

«Ипотека на квартиру в комплексе».

Свой вариант озвучили 2 Члена Экспертного совета:

Протокол № 3 Экспертного совета по рекламе при Кемеровском УФАС России от 03.11. 2022 размещен на сайте Кемеровского УФАС России по ссылке <https://kemerovo.fas.gov.ru/protocol/35174>.

Частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» установлено, что рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В данном случае рекламодателем является ООО «СЗ «Парковый».

Административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламодателем, рекламодателем, рекламодателем требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ) и влечет наложение штрафа на физических лиц - от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей, на должностных лиц от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Действия ООО «СЗ «Парковый», выразившиеся в нарушении требований части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», подлежат квалификации как действия, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, согласно которой нарушение рекламодателем, рекламодателем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 статьи 14.3 КоАП РФ, частью 4 статьи 14.3.1 статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ, влечет наложение штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Время совершения ООО «СЗ «Парковый» административного правонарушения: 24.08.2022.

Место совершения ООО «СЗ «Парковый» административного правонарушения: г. Кемерово, на маршрутном такси 22Т, государственный регистрационный номер С764МЕ142.

30.11.2022 уведомлением о составлении протокола были назначены дата, время и место составления и подписания на 13.12.2022 в 10 часов 00 минут. Уведомление было направлено в адрес ООО «СЗ «Парковый» заказным письмом с уведомлением о вручении (возврат почтовой корреспонденции с пометкой «истек срок хранения» имеется в материалах дела, корреспонденция направлялась по

юридическому адресу ООО «СЗ «Парковый» согласно выписке из ЕГРЮЛ).

13.12.2022 состоялась процедура составления и подписания протокола № 042/04/14.3-1566/2022 об административном правонарушении в отсутствие законного представителя, защитника ООО «СЗ «Парковый» уведомленных надлежащим образом о дате, времени и месте составления и подписания протокола об административном правонарушении.

13.12.2022 определением о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении № 042/04/14.3-1566/2022 были назначены дата, время и место рассмотрения данного дела об административном правонарушении – 27.12.2022 в 10 часов 30 минут. Копии определения и протокола были направлены в адрес ООО «СЗ «Парковый» заказными письмами с уведомлением о вручении (распечатка с сайта АО «Почта России: отслеживание почтовых отправлений» о вручении почтовой корреспонденции имеется в материалах дела).

26.12.2022 в адрес Кемеровского УФАС России поступили письменные пояснения защитника ООО «СЗ «Парковый» <...> (исх. от 26.12.2022), из которых следует, что реклама на маршрутном такси 22Т С764МЕ142 была демонтирована (доказательства прилагаются). В настоящее время рекламные материалы с упоминанием акции 0,01% на транспортных средствах отсутствуют.

В соответствии с постановлением Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных отношений.

Нормы о малозначительности правонарушения применяются независимо от состава административного правонарушения.

Анализ практики позволяет сделать вывод, что критерием отнесения административного правонарушения к малозначительному является наличие совокупности следующих обстоятельств:

- признание лицом, в отношении которого возбуждено производство по делу об административном правонарушении, вины, и, как следствие, отсутствие судебного процесса по обжалованию решения комиссии;

-восстановление прав и законных интересов участников;

-исполнение выданного предписания об устранении нарушений законодательства Российской Федерации;

-несоблюдение лицом требований Закона о рекламе, что послужило основанием для возбуждения производства по делу об административном правонарушении, впервые.

По мнению ООО «СЗ «Парковый», размещение спорной рекламы не представляет существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений, а также действия ООО «СЗ «Парковый» подпадают под все критерии отнесения правонарушения к малозначительным.

За весь период деятельности ООО «СЗ «Парковый» данное правонарушение является первым.

Также стоит отметить, что нарушением не причинен вред жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия, безопасности государства, не создана угроза чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствует имущественный ущерб.

При размещении рекламы намерения ввести в заблуждение не было. В рамках указанной ипотечной программы были приобретены квартиры и выданы кредиты банком. Реклама была нацелена привлечь внимание к объекту рекламирования – услуги по продаже квартир.

В связи с изложенным, ООО «СЗ «Парковый» просит освободить от административной ответственности в связи с малозначительностью административного правонарушения.

27.12.2022 состоялось рассмотрение дела № 042/04/14.3-1566/2022 путем видеоконференцсвязи при участии защитника ООО «СЗ «Парковый» <...>, которая просила применить предупреждение, в связи с совершением ООО «СЗ «Парковый» административного правонарушения впервые.

Изучив материалы дела № 042/04/14.3-1566/2022 об административном правонарушении, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области приходит к следующим выводам.

Действия ООО «СЗ «Парковый», выразившиеся в нарушении требований части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», вступают в противоречие с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно статье 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Исходя из смысла данной нормы, лицо не подлежит ответственности в том случае, если будет доказано, что соблюдение норм и правил было невозможно в силу чрезвычайных событий и обстоятельств, которые данное лицо не могло ни предвидеть, ни предотвратить при соблюдении той степени заботливости и осмотрительности, которая от него требовалась.

ООО «СЗ «Парковый» документально не подтвердило наличие чрезвычайных событий и обстоятельств, не позволивших распространить рекламу с соблюдением требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

Таким образом, у ООО «СЗ «Парковый» имелась возможность для соблюдения предусмотренных законом требований, тем не менее, данным лицом всех зависящих мер по соблюдению законодательства Российской Федерации предпринято не было.

Следовательно, действия ООО «СЗ «Парковый», выразившиеся в нарушении требований части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», следует признать виновными.

Факт совершения административного правонарушения ООО «СЗ «Парковый» подтверждается протоколом по делу № 042/04/14.3-1566/2022 от 13.12.2022, решением Комиссии Кемеровского УФАС России от 22.11.2022 по делу № 042/05/28-1046/2022 и другими материалами.

Срок давности привлечения ООО «СЗ «Парковый» к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ за нарушение законодательства о рекламе, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

При рассмотрении данного дела заместителем руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области были учтены характер совершенного административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В части 1 статьи 4.2 КоАП РФ перечислен перечень закрепленных смягчающих вину обстоятельств, включая добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим контроль (надзор).

При этом, в соответствии с пунктом 2 статьи 4.2 КоАП РФ судья, орган, должностное лицо, рассматривающие дело об административном правонарушении, могут признать смягчающими обстоятельства, не указанные в настоящем Кодексе или в законах субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области также считает возможным, с учетом положений части 2 статьи 4.2 КоАП РФ признать в качестве обстоятельства, смягчающего вину ООО «СЗ «Парковый» совершение административного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность ООО «СЗ «Парковый» за совершение административного правонарушения, не установлено (ст. 4.3 КоАП РФ).

Основания для применения статьи 2.9 КоАП РФ и освобождения от административной ответственности в связи с малозначительностью допущенного правонарушения не усматриваются.

В данном случае (по вмененному составу правонарушения) существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в неисполнении ООО «СЗ



«Парковый» своих публично - правовых обязанностей, что посягает на установленный законодательством РФ порядок в области распространения рекламы.

Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

В соответствии с частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса.

В соответствии с частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Оценивая собранные по делу доказательства, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области находит вину ООО «СЗ «Парковый» доказанной, а действия верно квалифицированными по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и учитывая совершение административного правонарушения впервые, отсутствие причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также отсутствие имущественного ущерба, руководствуясь статьями 4.1.1, 23.48, 29.9, 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### ПОСТАНОВИЛА:

Признать общество с ограниченной ответственностью «Специализированный застройщик «Парковый» (адрес: 650036, г. Кемерово, ул. Терешковой, д. 39, оф. 4, ОГРН 1204200011400, Дата присвоения ОГРН 07.08.2020, ИНН 4205391232, КПП 420501001) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить административное наказание в соответствии со статьей 4.1.1 КоАП РФ в виде предупреждения.

В соответствии с частью 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Заместитель руководителя управления <...>