

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 25

о наложении штрафа по делу № 4-05/5

об административном правонарушении

29 марта 2016 года

Хабаровск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 03 марта 2016 года и материалы дела № 4-05/5 об административном правонарушении, в отношении ООО «Грант» (ИНН 2721131331, КПП 272101001, местонахождение: г. Хабаровск, ул. Дикопольцева, 48, оф. 401) в связи с размещением ненадлежащей рекламы.

Дело рассмотрено в присутствии представителя ООО «Грант» (по доверенности)

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением рекламного законодательства Хабаровским УФАС России 25 ноября 2015 года отслежена реклама жилого комплекса «Лазурит» (15 секунд), предлагающая покупку квартир в ипотеку 11,4%, распространяемая на телеканале «СТС», следующего содержания:

Звуковая информация:

«Собственная квартира уже сегодня? Это реально. Жилой комплекс «Лазурит» в пяти минутах от центра города. Мы создаем комфорт нового уровня. Лазурит. Дом, который Вы ждали, стал еще доступней с ипотечными программами и скидками».

Визуальная информация:

«Реально. Строительный холдинг «Грант», Лазурит, Жилой комплекс «Лазурит» Строительный холдинг «Грант». 5 минут от центра города, пер. Албанский, 17. Наши преимущества: подземная парковка, зона отдыха, детская площадка, развитая инфраструктура, 5 минут от центра, удобная планировка. Проектная декларация на сайте www.grant.su. Сроки акции с 1го по 10 ноября 2015 года, подробности по тел. (4212) 24 44 44. Строительный холдинг «Грант», Жилой комплекс «Лазурит». г. Хабаровск (4212) 24 44 44. ВТБ 24 (ПАО) 2007, 2015. Деятельность ВТБ 24 (ПАО) осуществляется в соответствии с генеральной лицензией Банка России 1623 от 29.10.2014 г. www.grant.su. Ипотечные программы 11,4 % и скидки от 4%до 10%.

Реклама распространялась:

на телеканале «СТС» с 17 по 30 ноября 2015 год (84 проката);

на телеканале «бТВ» с 17 по 30 ноября 2015 год (30 прокатов)

на телеканале «Первое краевое» с 18 по 29 ноября 2015 год (130 прокатов).

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц и направлена, как на привлечение внимания потребителя как к товару (квартирам) в жилом комплексе «Лазурит», формирование и поддержание интереса к нему, и продвижение его на рынке, так и на заключение договора ипотеки при покупке недвижимости.

Из содержания вышеуказанной рекламы следует, что объектом рекламирования является не только товары, но и услуга по предоставлению кредита (финансовая услуга).

Реклама направлена на привлечение внимания потребителей к приобретению товаров в кредит на определенных в рекламе условия 11,4 % годовых.

Антимонопольным органом установлено, что указанная спорная реклама является рекламой финансовых услуг (кредита), оказываемых банком, следовательно, должна соответствовать требованиям статьи 28 ФЗ «О рекламе».

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

В расходы лица (заемщика), заключившего кредитный договор, включаются:

оплата стоимости кредита (процент за пользование кредитом, платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата);

оплата услуг страхования, если выдача займа обусловлена необходимостью заключения договора страхования;

иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения договора займа (необходимость нотариального заверения документов и т.п.).

Следовательно, если в рекламе услуг по предоставлению кредита указано любое из перечисленных условий, то должны быть указаны все остальные условия,

как определяющие размеры расходов заемщика по договору кредита, так и влияющие на эти расходы.

В соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «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 ФЗ «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно статье 6 ФЗ «О потребительском кредите (займе)» к условиям, определяющим полную стоимость кредита, отнесены:

сумма потребительского кредита (займа);

срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа);

проценты по договору потребительского кредита (займа);

платежи заемщика в пользу кредитора, если обязанность заемщика по таким платежам следует из условий договора потребительского кредита (займа) и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от совершения таких платежей;

плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа);

платежи в пользу третьих лиц, если обязанность заемщика по уплате таких платежей следует из условий договора потребительского кредита (займа), в котором определены такие третьи лица, и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от заключения договора с третьим лицом;

сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо, признаваемое его близким родственником;

сумма страховой премии по договору добровольного страхования в случае, если в зависимости от заключения заемщиком договора добровольного страхования кредитором предлагаются разные условия договора потребительского кредита (займа), в том числе в части срока возврата потребительского кредита (займа) и (или) полной стоимости кредита (займа) в части процентной ставки и иных платежей.

В соответствии с пунктом 25 постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 года к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах

заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

В рекламе указывается процентная ставка по кредиту.

Указанную в рекламе процентную ставку 11,40% можно получить только при комплексном страховании (личное страхование, страхование объекта после завершения строительства), при сумме кредита до 8 000 000 рублей, сроке кредита до 30 лет (при предъявлении только 2 обязательных документов - до 20 лет), при первоначальном взносе от 20 % (при предъявлении только 2 обязательных документов - от 40%)

На основании изложенного следует, что информация об указанных условиях должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими условиями, так как она может существенно изменить стоимость кредита и повлиять на сумму расходов заемщика по кредиту.

Отсутствие в рекламе информации об условиях кредитного договора, влияющих на полную стоимость кредита для заемщика, вводит в заблуждение относительно стоимости товара (кредитного договора), что является нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

Отсутствием в рекламе информации об условиях договора, требующих дополнительных затрат потребителя и влияющих на фактическую стоимость кредита, вводит потребителя в заблуждение относительно стоимости товара (договора кредита), что является нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела представитель ООО «Грант» пояснила, что:

1. в выявленном правонарушении виновны должностные лица ООО «Грант», и административную ответственность необходимо возложить на них;
2. ООО «Грант» ликвидировало последствия нарушения, а именно: привели информацию в соответствии с требованиями законодательства;
3. просит признать правонарушение малозначительным.

Рассмотрев данные пояснения, считаю необходимым указать следующее.

Невыполнение требований рекламного законодательства юридическим лицом вследствие действий сотрудников, приведших к нарушению, не является

обстоятельством, освобождающим само юридическое лицо от ответственности за распространение ненадлежащей рекламы.

Действия лица по организации изготовления рекламной продукции производятся от его имени, следовательно, именно юридическое лицо несет ответственность за соблюдение требований действующего законодательства своими работниками при осуществлении ими своих должностных обязанностей.

У юридического лица имелась возможность для соблюдения норм рекламного законодательства, но Обществом не была исполнена обязанность по их соблюдению.

В соответствии с частями 2 и 3 статьи 2.1. КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

В соответствии со [статьей 2.9](#) КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

В [пункте 18](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 2 июня 2004 года N 10 (в ред. от 10.11.2011) «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» указано, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения. Данные обстоятельства в силу [частей 2 и 3](#) статьи 4.1 КоАП РФ учитываются при назначении административного наказания.

Аналогичная позиция выражена в абз. 5 пункта 21 Постановления Пленума Верховного суда Российской Федерации от 24 марта 2005 г. N 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации

об административных правонарушениях».

При этом квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях ([пункт 18.1](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 2 июня 2004 года N 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях»).

Из позиции, выраженной в пункте 4.2 Постановления Конституционного Суда РФ от 25.02.2014 N 4-П, следует, что освобождение от административной ответственности в связи с малозначительностью совершенного административного правонарушения осуществляется с учетом характера конкретного противоправного деяния, степени вины нарушителя в его совершении, отсутствия вредных последствий, существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Что касается обстоятельств, не имеющих непосредственного значения для оценки самого административного правонарушения, а характеризующих особенности материального (экономического) статуса привлекаемого к ответственности юридического лица либо его постделиктное поведение, в том числе добровольное устранение негативных последствий административного правонарушения, то они как таковые не могут служить основанием для признания административного правонарушения малозначительным. При этом следует иметь в виду, что возможность освобождения от административной ответственности путем признания административного правонарушения малозначительным во всех случаях, когда правоприменительный орган на основе установленных по делу обстоятельств приходит к выводу о несоразмерности предусмотренного конкретной статьей [Кодекса](#) Российской Федерации об административных правонарушениях административного штрафа характеру совершенного правонарушения, способствовала бы формированию атмосферы безнаказанности, что несовместимо с вытекающим из [статей 4 \(часть 2\), 15 \(часть 2\)](#) и 19 ([части 1 и 2](#)) Конституции Российской Федерации принципом неотвратимости ответственности за нарушение закона.

Административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена [частью 1 статьи 14.3](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, относится к административным правонарушениям с формальным составом и считается оконченным с момента невыполнения правил, предусмотренных законодательством о рекламе.

Ответственность за указанное деяние наступает вне зависимости от наступления ущерба или иных вредных последствий.

Наступление общественно опасных последствий в виде причинения ущерба при совершении правонарушений с формальным составом не доказывается, возникновение этих последствий презюмируется самим фактом совершения действий или бездействия.

В данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий, а в пренебрежительном отношении заявителя к исполнению своих публично - правовых обязанностей, предусмотренных формальными требованиями пункта

статьей 5 и 28 Федерального закона «О рекламе», что посягает на установленный правопорядок в области распространения рекламы.

Кроме того, санкция статьи указывает на значительную общественную опасность административного правонарушения, предусмотренного [ст. 14.3 КоАП РФ](#).

Указанная ненадлежащая реклама нарушает права и интересы неопределенного круга лиц, на который реклама общества направлена.

В соответствии со [статьей 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.

При этом, согласно [части 2](#) указанной нормы, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых указанным [Кодексом](#) предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Установленные по делу обстоятельства свидетельствуют о том, что Общество имело возможность избежать нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, однако им не была соблюдена та степень заботливости и осмотрительности, какая требовалась от него в целях надлежащего исполнения своих обязанностей как рекламодателя и соблюдения требований вышеуказанных нормоположений.

Согласно [части 1 статьи 4.1](#) КоАП Российской Федерации административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

Фактические обстоятельства дела не свидетельствуют об исключительности ситуации, позволяющей признать правонарушение малозначительным и применить [статью 2.9](#) КоАП РФ.

Заявителю назначено административное наказание с учетом всех обстоятельств, перечисленных в части 3 статьи 4.1 КоАП РФ в виде штрафа в минимально допустимом размере санкции части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, что соответствует установленным статьей 3.1 КоАП РФ целям административного наказания, а равно отвечает принципам законности, справедливости, неотвратимости и целесообразности юридической ответственности.

Таким образом, учитывая характер административного правонарушения, обстоятельства его совершения, а также, исходя из социальной значимости охраняемых общественных отношений при нарушении законодательства о рекламе, принимая во внимание цели правового регулирования, круг потребителей рекламы Хабаровское УФАС России считает невозможным признание правонарушения малозначительным и освобождение Общества от

административной ответственности.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьей 5, 28 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем, в интересах которого непосредственно распространялась рекламная кампания, является ООО «Грант». Данный факт подтверждается письмом ООО ИТА «Губерния» (вход. № 4/12169 от 08.12.2015 года), платежным поручением № 2349 от 03.11.2015 года, выписками с лицевых счетов.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать ООО «Грант» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

2. Применить к ООО «Грант» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, ГРКЦ ГУ ЦБ РФ по Хабаровскому краю г. Хабаровска, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000010000140, ОКТМО 08701000001.

При отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу - исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо, вынесшее постановление, принимает решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.