

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу об административном правонарушении № 8Р/15

07 апреля 2015 года

г. Вологда

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области Щепелин Валентин Петрович,

рассмотрев протокол и материалы дела № 8Р/15 об административном правонарушении, совершенном ООО «СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ «СВОЙ ДОМ», ИНН 3528207136, ОГРН 1133528010505 (далее – Общество),

а составления (число, месяц, год) протокола: 26.03.2015 год,

адрес: 162624, г. Череповец, ул. Белова, 36-5

УСТАНОВИЛ:

должностным лицом Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе на стр.3: с № 17 по № 23, (2014 г.) в газете «Вся жизнь НЕДВИЖКЕ» и в № 2 (2015 г.) в газете «Недвижимость и Строительство Вологодская область» выявлено распространение рекламы: «строительная компания Свой дом. Дом построен. Сдача 2 кв. 2015 г., 1, 2-х комнатные квартиры в новом 3-х этажном доме по адресу: г. Череповец, Заречье, 1-й южный проезд, д. 8. Все подробности по телефонам: 59 68 35, 64 10 11 ипотека, рассрочка цены от 38500 руб./ кв. м. ОГРН 1133528010505».

Реклама финансовых услуг не содержит наименование или имя лица, оказывающего эти услуги, в рекламе отсутствуют сведения о месте и способах получения проектной декларации, также реклама содержит информацию, вводящую потребителей в заблуждение, что нарушает ч.1 и ч. 7 ст. 28, ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Рекламодатель - Общество.

Решением комиссии Управления ФАС по Вологодской области от 04.03.2015 года № 2/2015 данная реклама признана ненадлежащей, так как не соответствует требованиям части 1 и 7 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

В пункте 1 статьи 3 Закона «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.

Пункт 2 статьи 3 Закона «О рекламе» определяет, что объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама, а пункт 3 статьи 3 - товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В силу части 1 статьи 28 Закона «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество).

В силу части 7 статьи 28 Закона «О рекламе» - реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным [ЗАКОНОМ](#).

На основании части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Информация, указанная в рекламе не содержит всех существенных сведений о предоставлении ипотеки.

Отсутствие в тексте рекламы указанных существенных сведений искажает смысл информации, так как не дает потребителям рекламы верного, соответствующего действительности представления об условиях приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг), и вводит потенциальных клиентов в заблуждение, так как не позволяет им, руководствуясь текстом рекламы, обоснованно, с учетом своих возможностей, принять решение о необходимости приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг) на предложенных условиях.

Следовательно, указание правильных реквизитов организации, предоставляющей услуги по ипотеке (финансовые услуги), является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Вышеуказанная реклама, содержит предложение, обращенное к потенциальным потребителям о предоставлении ипотеки, то есть, направлена на привлечение внимания лиц, заинтересовавшихся услугой по предоставлению ипотеки при приобретении квартиры. Вместе с тем, рекламная информация не содержит сведений о конкретном лице, оказывающем услугу по предоставлению ипотеки, то есть сведений, которые в силу части 1 статьи 28 Закона «О рекламе» являются обязательными.

Вместе с тем в материалах дела имеются договоры с банками, предоставляющими услугу по ипотеке: договор № 2 от 10.02.14г., заключенный ООО «СК «СВОЙ ДОМ с операционным офисом «Череповецкий» филиала № 7806 ЗАО «Банк ВТБ 24»; соглашение № 272 от 16.06.14 г. между ООО «СК «СВОЙ ДОМ» и Череповецким отделением Вологодского отделения № 8638 ЗАО «Сбербанк России».

Таким образом, в тексте рекламы отсутствовало наименование или имя лица, предоставляющего ипотеку на приобретения товара.

В соответствии с пунктом 26 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" при проверке соблюдения требований части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе» следует исходить из того, что реклама должна содержать указание на конкретный источник необходимой информации. Наличие у потребителей рекламы потенциальной возможности получить необходимую информацию, обратившись к рекламодателю по телефону, приведенному в рекламе, или при посещении его интернет-сайта не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности, предусмотренной [частью 7 статьи 28](#) Закона о рекламе.

Как установлено Комиссией и подтверждается материалами дела, размещенная информация является рекламой, так как предназначена для неопределенного круга лиц и направлена на поддержание интереса потребителей к объекту строительства. Требование об опубликовании проектной декларации и информировании о месте и способах ее получения является для законодательства о рекламе стандартным способом раскрытия существенной для потребителей информации. В спорной рекламе отсутствуют сведения о месте и способах получения проектной декларации, что не отвечает требованию [ч. 7 ст. 28](#) Закона «О рекламе».

В материалах дела имеется проектная декларация от 02.12.14г. на строительство объекта, указанного в рекламе.

В тексте рекламы имеется фраза «дом построен, сдача 2 кв. 2015 г.», которая, по мнению Комиссии, вводит потребителей в заблуждение, т.к. в ней содержится противоречивая информация. В проектной декларации от 02.12.14г. срок окончания строительства указан 27.03.15г., следовательно, дом еще не построен, а находится в стадии строительства. Вместе с тем, в рекламе отсутствует информация о проектной декларации, а также и ссылка на участие в долевом строительстве.

Таким образом, учитывая указанные обстоятельства, реклама не соответствует требованиям части 1 и части 7 статьи 28 и части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

В силу пункта 4 статьи 3 Закона «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем данной рекламы, является Общество, согласованным макетом рекламы; счетами: № 33 от 05.12.14г., № 17 от 22.10.14г., № 49 от 23.01.15г., договором на размещение рекламы № 14 от 22.10.14г.; актами: № 24 от 30.12.14г., № 16 от 01.12.14г.; платежными поручениями: № 139 от 15.12.14г., № 116 от 27.10.14г.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение части 1 и 7 статьи 28, части 7 статьи 5 названного Федерального закона.

За нарушения рекламодателем, рекламопроизводителем или

рекламораспространителем, предусмотренные Законом «О рекламе», наступает ответственность по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП).

Указанные выше обстоятельства явились достаточными для возбуждения в отношении Общества дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Протокол об административном правонарушении, в отношении Общества был составлен 26.03.2015 года.

Согласно материалам дела субъектом данного правонарушения является Общество.

Объектом правонарушения являются общественные отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы.

Объективной стороной правонарушения является распространение ненадлежащей рекламы

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Общество признает нарушение законодательства о рекламе. Нарушение рекламного законодательства произошло впервые, отсутствие умысла в действиях Общества. В настоящее время деятельность Общества является убыточной. Ранее Общество не привлекалась к административной ответственности.

Вина Общества выразилась в несоблюдении им законодательства о рекламе, что подтверждается материалами дела.

При таких обстоятельствах, в действиях Общества имеется состав правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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.

Как указано в Постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 15.07.1999 N 11-П, санкции штрафного характера должны отвечать вытекающим из Конституции Российской Федерации требованиям справедливости и соразмерности. Принцип соразмерности, выражающий требования справедливости, предполагает установление публично-правовой ответственности лишь за виновное деяние и ее дифференциацию в зависимости от тяжести содеянного, размера и характера причиненного ущерба, степени вины правонарушителя и иных существенных обстоятельств, обуславливающих индивидуализацию при применении взыскания. Указанные принципы привлечения к ответственности в равной мере относятся к физическим и юридическим лицам.

Согласно пункту 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда

Российской Федерации от 02.06.2004 №10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» малозначительность административного правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

По смыслу статьи 2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо с угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Таким образом, административные органы обязаны установить не только формальное сходство содеянного с признаками того или иного административного правонарушения, но и решить вопрос о социальной опасности деяния.

Смягчающим административную ответственность (ст. 4.2. КоАП РФ) обстоятельством признается раскаяние Общества.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, не установлено.

Оценив характер и степень общественной опасности административного правонарушения, допущенного Обществом, принимая во внимание, что:

Общество нарушение признало и раскаивается;

правонарушение совершено впервые;

отягчающие обстоятельства отсутствуют;

реклама не содержит какой-либо угрозы охраняемым общественным отношениям, не причинила существенного вреда интересам граждан, общества и государства.

Руководствуясь статьей 2.9 КоАП РФ, положениями Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 №10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» можно сделать вывод о малозначительности совершенного административного правонарушения.

Указанные обстоятельства свидетельствует о том, что предупредительная цель административного производства достигнута.

На основании ст. ст. 2.9, ч. 1 ст. 14.3, 23.48, 29.9 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Производство по делу № 8Р/15 об административном правонарушении в отношении ООО «СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ «СВОЙ ДОМ» по признакам нарушения части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях прекратить в связи с малозначительностью

административного правонарушения.

2. В соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ освободить ООО «СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ «СВОЙ ДОМ» от административной ответственности, объявив устное замечание.
3. Настоящее постановление может быть обжаловано в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления руководителю Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области либо в суд.
4. 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.

Зам. руководителя Управления _____

В.П. Щепелин

Федеральной антимонопольной

подпись

службы по Вологодской области

Гербовая печать

Постановление получил: _____

« ____ » _____ 2015 года

подпись