ООО «ГАЛЕРЕЯ

НЕДВИЖИМОСТИ»

«___»_____2015г. №_____

162600, г. Череповец,

пр. Московский, д. 49

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о прекращении производства по делу

об административном правонарушении № 31Р/15

25 августа 2015 года г. Вологда

Я, и.о. заместителя руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области Мухин Артем Сергеевич,

рассмотрев протокол и материалы дела № 31Р/15 об административном правонарушении, совершенном ООО «ГАЛЕРЕЯ НЕДВИЖИМОСТИ», ИНН3528202346, ГОРН 1133528005654 (далее – Общество),

а составления (число, месяц, год) протокола: 12.07.2015 год,

адрес: 162618, г. Череповец, пр. Победы,188-57

УСТАНОВИЛ:

должностным лицом Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено на стр. 3 с № 17 - 23 2014 г. в газете «Вся жизнь BNЕДВИЖКЕ» размещение рекламы следующего содержания: «Агентство недвижимости «Титул»…земельные участки в городе…дома с земельными участками в районе… земельные участки в районе… приватизация, материнский капитал, рассмотрение ипотеки в офисе агентства», содержащее предложение, обращенное к потенциальным клиентам, о предоставлении услуги ипотеки, то есть направлено на привлечение внимания лиц.

Рекламораспространитель - Общество.

В данной рекламе, содержащей рекламу банковских, финансовых услуг

отсутствует наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество; отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Решением комиссии Управления ФАС по Вологодской области от 03.07.2015 года № 16/2015 данная реклама признана ненадлежащей, так как не соответствует требованиям части 1 статьи 28 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).

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

Вместе с тем в материалах дела имеются договоры с банками: договор № 24/ФЛ-11 от 29.04.11г. с ОАО «УРАЛСИБ»; договор № 16 от 20.12.13г. с ОАО «БАНК СГБ. Согласно данным договорам ООО «Титул» дает консультации клиентам в отношении банковских продуктов, в т.ч. в отношении ипотечного кредитования. Одним из условий данных договоров является условие о вознаграждении, которое получает ООО «Титул» в % % от суммы кредита.

Данные документы свидетельствуют о том, что к оказанию рекламируемых услуг, в т.ч. и по ипотеке привлекается финансовая организация – банк.

В силу части 1 статьи 64.1 Федерального закона от 16.07.1998 N 102-ФЗ

"Об ипотеке (залоге недвижимости)" (далее – ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)") земельный участок, приобретенный с использованием кредитных средств банка или иной кредитной организации либо средств целевого займа, предоставленного другим юридическим лицом на приобретение этого земельного участка, считается находящимся в залоге с момента государственной регистрации права собственности заемщика на этот земельный участок. Залогодержателем по данному залогу является банк или иная кредитная организация либо другое юридическое лицо, предоставившие кредит или целевой заем на приобретение земельного участка или права аренды земельного участка.

Объективное комплексное восприятие спорной рекламы (с учетом содержания и целей таковой, правоотношений общества с банком и адекватной реакции потребителей рекламы) подтверждает ее действительную направленность также и на привлечение внимания потенциальных заемщиков к получению ипотечного кредита.

Указание правильных реквизитов организации, предоставляющей услуги по ипотеке, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

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.

В силу части 1 статьи 1 ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)" по договору о залоге недвижимого имущества (договору об ипотеке) одна сторона - залогодержатель, являющийся кредитором по обязательству, обеспеченному ипотекой, имеет право получить удовлетворение своих денежных требований к должнику по этому обязательству из стоимости заложенного недвижимого имущества другой стороны - залогодателя преимущественно перед другими кредиторами залогодателя, за изъятиями, установленными федеральным законом.

Слово "ипотека", в контексте рассматриваемой рекламы следует рассматривать не как юридическую конструкцию - способ обеспечения обязательств, предусмотренный гражданским законодательством, а с позиции простого потребителя - как возможность приобрести рекламируемые земельный участки посредством долгосрочного ипотечного жилищного кредита путем обращения к кредитным организациям, то есть, в первую очередь, как банковскую услугу.

Таким образом, реклама, опубликованная в газете «Вся жизнь BNЕДВИЖКЕ», сочетает в себе не только рекламу земельных участков, рекламу агентства недвижимости, оказывающего риэлтерские услуги по купле-продаже земельных участков, но и рекламу финансовых услуг, оказываемых кредитными организациями.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации об ипотеке приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой - ипотекой. Из буквального восприятия текста рекламы ее потребитель может счесть, что приобрести земельный участок возможно не только за счет собственных средств, но и с помощью ипотечного кредитования. При этом отсутствие в тексте рассматриваемой рекламы сведений о лице, оказывающем финансовые услуги, не дает потребителям рекламы верного, соответствующего действительности представления об условиях приобретения земельных участков и о форме ипотеки (посредством заключения кредитного договора), о лицах, предоставляющих услуги по ипотеке, вводит потенциальных клиентов в заблуждение.

Таким образом, реклама не соответствует требованиям части 1 статьи 28 Закона «О рекламе».

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

Рекламораспространителем данной рекламы, т.е. лицом осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, является Общество, что подтверждается договором о размещении рекламы № 9 от 19.09.14г., приходным кассовым ордером: от 19.10.14г., 05.12.14г., 12.02.15г.; квитанцией к приходному кассовому ордеру: № 167, № 195, № 183; актом: № 55 от 31.12.14г., № 43 от 30.11.14г., № 30 от 31.10.14г.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламораспространиль несет ответственность за нарушение части 1 статьи 28 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.

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 и исправлено, отсутствие умысла в действиях Общества, 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, обусловливающих 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 № 31Р/15 об административном правонарушении в отношении ООО «ГАЛЕРЕЯ НЕДВИЖИМОСТИ» 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 «ГАЛЕРЕЯ НЕДВИЖИМОСТИ» 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.

И.о. зам. руководителя Управления _____ А.С. Мухин

Федеральной антимонопольной подпись

службы по Вологодской области

Гербовая печать

Постановление получил: _____ «_____»_____ 2015 года

подпись