УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

П О С Т А Н О В Л Е Н И Е

о назначении административного наказания

по делу №072/04/14.3-177/2021

об административном правонарушении

21.05.2021 г. г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области <…>, рассмотрев материалы дела №072/04/14.3-177/2021, возбужденного в отношении ООО Специализированный застройщик «К2» (адрес места нахождения: 625048, г. Тюмень, ул. Шиллера, д. 22/2а, ОГРН 1137232032728, ИНН 7204190698, КПП 720301001, дата регистрации: 14.05.2013г.), по признакам административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ), в отсутствии законного представителя ООО Специализированный застройщик «К2», надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения дела (почтовое уведомление№ 80099359348327), которому права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс), разъяснены в протоколе от 28.04.2021г. по делу №072/04/14.3-177/2021 об административном правонарушении,

У С Т А Н О В И Л:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе № 072/05/28-59/2020 от 24.12.2020г. признана ненадлежащей реклама, размещавшаяся в период времени с 04.06.2020 по 30.06.2020 г. в эфире радиостанций: Радио Дача (24.06.2020), Русское радио (24.06.2020), следующего содержания: Квартиры с видом на набережную и центр Тюмени. Рядом школа и детский сад. А еще ипотека 0,5%. «Европейский берег». Звоните: 61-30-30», с последующим текстом, воспроизводимом в ускоренном темпе, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, частей 1,3,7 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Исследовав материал административного дела, установлено следующее.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламой является информация,

распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается 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.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается «любое лицо, которому адресуется реклама или которого она сможет достичь, вне зависимости от того, является ли оно конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем». Экономической целью размещения рекламы, является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Законодательством о рекламе не установлено требование к рекламе об указании одного объекта рекламирования, следовательно, в рекламе может продвигаться несколько видов товаров.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объектам рекламирования: Жилой Комплекс «Европейский берег», ипотечное кредитование с процентной ставкой в размере 0,5%.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 г., под финансовой услугой понимается банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Согласно пункту 6 статьи 4 Закона о защите конкуренции, финансовая организация – хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Таким образом, согласно Закону о защите конкуренции, под финансовую услугу подпадают конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением, размещением денежных средств, но только в случае, если они оказываются финансовой организацией. При этом

перечень финансовых организаций содержится в пункте 6 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции». Данный перечень является закрытым.

Согласно части 1 статьи 819 ГК РФ, по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Само содержание спорной рекламы подтверждает ее направленность на привлечение внимания потенциальных покупателей к возможности приобретения квартир в кредит, следовательно, в рекламе предложены услуги кредитования.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой финансовой услуги – ипотечного кредита. Реклама финансовых услуг должна соответствовать специальным требованиям, предъявляемым к ней.

Рассматриваемый аудиоролик представляют из себя аудиозапись текста, начитанного в двух частях. В первой части указывается наименование жилого комплекса (ЖК «Европейский берег»), что является объектом рекламирования, сведения об ипотечном кредитовании по крайне привлекательной процентной ставке в размере 0,5%. А вторая часть ролика (в соответствии с текстовым описанием) содержала: часть существенных условий предоставления ипотечного кредитования под указанный процент; сведения о наименовании кредитной организации, предоставляющей ипотечный кредит; сведения о наименовании застройщика; месте размещения проектной декларации и иные сведения об объекте рекламирования.

При этом первая часть текста была воспроизведена в медленном темпе с интонацией и голосовым выделением объектов рекламирования для привлечения к ним внимания потребителей рекламы, а вторая часть текста воспроизводилась в значительном ускорении с наличием фонового шума, напоминающего эхо, без каких-либо интонаций, что не позволяет расслышать, понять и запомнить всю содержащуюся информацию.

Воспроизведение второй части рекламы в ускоренном темпе свидетельствует о том, что лицами, участвующими в деле были предприняты попытки формально разместить всю необходимую в силу закона информацию.

Формальное наличие в рекламе существенной информации о наименовании лица, оказывающего финансовую услугу, сведений о месте размещения проектной декларации, существенных условиях ипотечного кредитования при ненадлежащей форме представления соответствующих сведений (ускоренный темп воспроизведений), не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе, поскольку данная информация воспроизводится в таком быстром темпе по сравнению с основным рекламным текстом, что делает невозможным ее восприятие потребителями рекламы, которым она адресована, и вводит их в заблуждение.

Как разъяснено в пункте 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе",

рекламодатель 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 сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования. Так же данное требование распространяется и на аудиорекламу, которая должна быть исполнена так, чтобы вся содержащаяся в ней информация была доступна потребителю без специальных усилий.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

То обстоятельство, что нормами Закона о рекламе не установлены определенные требования к хронометражу рекламных сообщений и скорости их начитки, не свидетельствует о том, что они могут быть любыми, поскольку, как следует из положений статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителя.

Согласно части 1 статьи 28 Закона 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).

В рассматриваемой рекламе, информация о лице, оказывающем финансовую услугу содержится во второй части рекламы, которая транслируется в быстром темпе (согласно тексту рекламы). Однако, при прослушивании рекламы наименование такого лица не воспринимается в связи со скоростью воспроизведения текста, следовательно, считается отсутствующим.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе нарушены требования части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием 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 Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно ч. 1 ст. 6 Федерального закона от 21.12.2013 N 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)" (далее – Закон о потребительском кредите (займе), полная стоимость потребительского кредита (займа), рассчитанная в порядке, установленном настоящим Федеральным законом, размещается в квадратной рамке в правом верхнем углу первой страницы договора потребительского

кредита (займа) перед таблицей, содержащей индивидуальные условия договора потребительского кредита (займа), и наносится прописными буквами черного цвета на белом фоне четким, хорошо читаемым шрифтом максимального размера из используемых на этой странице размеров шрифта. Площадь квадратной рамки должна составлять не менее чем пять процентов площади первой страницы договора потребительского кредита (займа).

Согласно ч. 4 ст. 6 Закона о потребительском кредите (займе), в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются с учетом особенностей, установленных настоящей статьей, следующие платежи заемщика:

1) по погашению основной суммы долга по договору потребительского кредита (займа);

2) по уплате процентов по договору потребительского кредита (займа);

3) 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;

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

5) 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. Если условиями договора потребительского кредита (займа) определено третье лицо, для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) используются применяемые этим лицом тарифы. Тарифы, используемые для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа), могут не учитывать индивидуальные особенности заемщика. Если кредитор не учитывает такие особенности, заемщик должен быть проинформирован об этом. В случае, если при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа) платежи в пользу третьих лиц не могут быть однозначно определены на весь срок кредитования, в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются платежи в пользу третьих лиц за весь срок кредитования исходя из тарифов, определенных на день расчета полной стоимости потребительского кредита (займа). В случае, если договором потребительского кредита (займа) определены несколько третьих лиц, расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) может производиться с использованием тарифов, применяемых любым из них, и с указанием информации о лице, тарифы которого были использованы при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа), а также информации о том, что при обращении заемщика к иному лицу полная стоимость потребительского кредита (займа) может отличаться от расчетной;

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

7) 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.

Поскольку такое условие кредита как процентная ставка за пользование денежными средствами определяет стоимость кредита, а, следовательно, влияет на его полную стоимость, то данное условие является существенным и способным повлиять на выбор потребителя.

В тексте рекламного ролика указывается процентная ставка в размере 0,5% годовых, а также сообщаются иные условия ипотечного кредитования, а именно: ставка 0,5% действует 6 мес. с даты заключения кредитного договора в случае оформления комплексного страхования, первоначальном взносе не менее 20% на срок от 1 до 20 лет, гражданам РФ на сумму не более 3 миллионов рублей.

При этом в рекламе не указывается процентная ставка, которая будет действовать по истечении 6 месяцев со дня заключения договора. Вместе с тем, именно последующая процентная ставка определяет полную стоимость кредитного обязательства, так как носит постоянный характер и изменению не подлежит в отличие от заявленной в рекламе ставки в размере 0,5% годовых, которая действует в течение 6 месяцев.

Указание всех существенных условий, определяющих полную стоимость кредита (займа), является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителя.

Таким образом, в аудиролике содержится только привлекательное условие оказания финансовой услуги (ипотечного кредита), а именно «0,5%», которое доступно для восприятия потребителем рекламы, а остальные сведения до потребителя не доведены надлежащим образом. При этом размер процентной ставки, которая будет действовать по истечении 6 месяцев с даты заключения договора, в рассматриваемой рекламе не указана вообще.

Следовательно, в данной рекламе нарушены требования части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно 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 размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

В рассматриваемой рекламе фирменное наименование (наименование) застройщика отсутствует, поскольку данные сведения включены в содержание второй части рекламного ролика, восприятию не поддается в связи с высокой скоростью воспроизведения, данной информации, а, следовательно, в рекламе нарушены требования части 7 статьи 28 Закона о рекламе.

Требования части 1, 3, 7 статьи 28 Закона о рекламе напрямую корреспондирует с требованиями части 7 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которой не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания приобрести квартиру в ЖК «Европейский берег» и воспользоваться предоставляемой финансовой услугой – ипотечным кредитованием. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой – либо части информации о представляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение приобрести рекламируемый товар.

Указание в рекламе всех условий, определяющих полную стоимость кредита (займа), является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

В рассматриваемой рекламе отсутствует информация о лице, оказывающем финансовую услугу, при этом указана процентная ставка за пользование ипотечным кредитом в размере 0,5% годовых, которая впоследствии меняется, однако, иные условия, определяющие стоимость кредита для заемщика не указаны, следовательно, в рассматриваемой рекламе отсутствует часть существенной информации для потребителя.

Следовательно, данная реклама не соответствует требованиям части 7 статьи 5 Закона о рекламе, так как не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителя.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, части 1, 3 и 7 статьи 28 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Согласно письменным пояснениям ООО СЗ «К2» (вх.№3348 от 05.04.2021г.), между

ООО СЗ «К2» и ИП <…> заключен договор оказания услуг №8/19 от 31.12.2019г. Договор является рамочным и не содержит конкретных сведений о виде рекламы, ее размере, периоде, месте и сроке размещения. ИП <…> самостоятельно определила, в том числе содержание рекламы. Общество не заключало договоры на производство и (или) распространение обозначенной в определении рекламы, оплат соответственно не производило. Аудиоролик (его текст) не согласовывался и не утверждался Обществом. Заявки на размещение указанной рекламы ООО СЗ «К2» не направляло. Агентские договоры ООО СЗ «К2» не заключало. Документами и информацией о том, кто и как определил объект рекламирования, способ и место размещения ООО СЗ «К2» не располагает.

Вместе с тем, согласно п.1.1 Договора №8/19 от 31.12.2020 г. оказания услуг Заказчик (ООО СЗ «К2» поручает, а Исполнитель принимает на себя обязанность оказать Заказчику маркетинговые услуги, указанные в Приложении № 1 к настоящему Договору, в отношении следующих объектов капитального строительства:

1.1.1. «Многоэтажные жилые дома с объектами инфраструктуры в границах улиц Береговая, Республиканец в г. Тюмени. Жилой дом ГП-2 с встроенно-пристроенными помещениями»;

1.1.2. «Многоэтажные жилые дома с объектами инфраструктуры в границах улиц Береговая-Республиканец в г. Тюмени. Жилой дом ГП-8»;

1.1.3. «Многоэтажные жилые дома с объектами инфраструктуры в границах улиц Береговая, Республиканец в г. Тюмени. Жилой дом ГП-9», а Заказчик обязуется принять выполненные Исполнителем услуги и оплатить их в порядке и на условиях, предусмотренных настоящим Договором.

1.2 Исполнитель по настоящему Договору принимает на себя обязательства по осуществлению всех видов рекламных (выступает рекламодателем) и PR-мероприятий, в том числе по размещению рекламно-информационных материалов, в СМИ, проведению маркетинговых и PR-акций (акций, в сфере связей с общественностью), размещение рекламно-информационных материалов (баннеров, плакатов, афиш, проспектов, альбомов, каталогов брошюр, рекламных писем и т.д.), технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций, стикеров, перетяжек, табло и др.).

Таким образом, ООО СЗ «К2» при заключении данного договора определило обязанности своего контрагента (ИП <…>) на проведение (в том числе) рекламных компаний в отношении данного юридического лица, его продвижение на рынке (что следует из смысла договора).

Согласно пункту 1.3. Результат выполненных по настоящему Договору работ (оказанных услуг) оформляется Сторонами путем подписания Акта приема-передачи оказанных услуг.

Согласно пункту 1 Приложения №1 к Договору № 8/19 от 31.12.2019 г. Расчета стоимости услуг, Заказчик поручает Исполнителю, а Исполнитель принимает на себя обязательства оказать Заказчику следующие услуги на ежемесячной основе: услуги по организации планирования бюджета на маркетинговую активность Заказчика; услуги по запуску рекламных компаний офлайн и онлайн

каналах коммуникации с ЦА; услуги по разработке и созданию рекламных материалов (баннеры на рекламные щиты, листовки, буклеты и т.д.) строящихся объектов Заказчика; услуги по подготовке, согласованию и запуску рекламы в соответствии с политикой Заказчика по строящимся объектам; услуги по подготовке, согласованию и запуску рекламы в соответствии с политикой Заказчика по строящимся объектам; услуги по стимулированию сбыта (разработка, внедрение, запуск); услуги по подготовки и участию Заказчика в выставках и конференциях; услуги по работе со СМИ (написание и согласование контента, подготовка пресс-релизов);услуги по составлению и реализации маркетингового плана Заказчика; услуги по оптимизации бизнес-процессов Заказчика; услуги по ведению и анализу брендовой политики Заказчика; услуги по поиску путей развития Заказчика.

То обстоятельство, что ИП <…> действовала самостоятельно при определении содержания рекламы, места ее размещения не свидетельствует о ее полной ответственности за допущенное нарушение, а указывает лишь на отсутствие какого-либо контроля со стороны ООО СЗ «К2» за деятельность своего контрагента и желание снять с себя любую ответственность в области рекламного законодательства.

Таким образом, ООО Специализированный застройщик «К2» является рекламодателем, поскольку именно общество определило объект рекламирования и продвижения на рынке в виде результатов своей строительной деятельности (возводимых жилых комплексов, квартир и т.д.) и имиджевой рекламы (непосредственно самого общества) обозначенные в Договоре №8/19 от 31.12.2020 г.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса,

– влечет наложение административного штрафа на граждан в размере 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.

Юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (ч.2 ст.2.1 КоАП РФ).

Объектом правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы, а также регламентированный

порядок осуществления предпринимательской деятельности.

Объективную сторону состава административного правонарушения образует распространение рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе, а именно: части 7 статьи 5, части 1, 3 и 7 статьи 28 Закона о рекламе.

Правонарушение, предусмотренное ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям пренебрежительным отношением лица к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к требованиям, предусмотренным Законом о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Часть 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусматривает наступление административной ответственности вне зависимости от наличия/отсутствия отрицательных последствий распространения ненадлежащей рекламы.

Субъектом административного правонарушения по делу № 072/04/14.3-177/2021 выступает – ООО Специализированный застройщик «К2» (адрес места нахождения: 625048, г. Тюмень, ул. Шиллера, д. 22/2а, ОГРН 1137232032728, ИНН 7204190698, КПП 720301001, дата регистрации: 14.05.2013г.).

Вина ООО Специализированный застройщик «К2» состоит в том, что оно не выполнило установленных Законом о рекламе требований и не предприняло всех зависящих от него мер по их соблюдению.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, ООО Специализированный застройщик «К2», распространяя вышеуказанную рекламу с нарушением рекламного законодательства, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела №072/05/28-59/2020 – с 04.06.2020 г. по 30.06.2020 г.

Дело об административном правонарушении № 072/04/14.3-177/2021 в соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера, совершенного ООО Специализированный застройщик «К2» административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного правонарушения, при рассмотрении дела не установлено.

Пунктом 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» предусмотрено, что малозначительность 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.

Безразличное отношение лица к своим публично-правовым обязанностям, которые установлены действующим законодательством, свидетельствует о существенной угрозе охраняемым общественным отношениям. Следовательно, признать допущенное ООО Специализированный застройщик «К2» правонарушение в качестве малозначительного недопустимо.

Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам 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.

Согласно статье 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ООО Специализированный застройщик «К2» относится к категории малое предприятие и внесено в реестр 01.08.2016 г.

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

ООО Специализированный застройщик «К2» впервые совершено нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом изложенного административное наказание ООО Специализированный застройщик «К2» в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушений, подлежит замене на предупреждение.

С учетом положений части 1 статьи 3.1 КоАП РФ, закрепившей цели административного наказания, предупреждение является официальным предостережением лица от возможности совершения им противоправного действия.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание

Руководствуясь статьями 4.1.1., 4.1, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО Специализированный застройщик «К2» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. В соответствии со статьей 4.1.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях объявить ООО Специализированный застройщик «К2» (адрес места нахождения: 625048, г. Тюмень, ул. Шиллера, д. 22/2а, ОГРН 1137232032728, ИНН 7204190698, КПП 720301001, дата регистрации: 14.05.2013г.) официальное порицание в форме предупреждения за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 3 статьи 30.1. и частью 1 статьи 30.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 <…>