

# ПОСТАНОВЛЕНИЕ № А16/99-02

о назначении административного наказания  
за нарушение законодательства о рекламе

18.03.2016г.

г. Тюмень

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России), <...>, рассмотрев материалы дела №А16/99, возбужденного в отношении Акционерного Общества «Агентство по ипотечному жилищному кредитованию по Тюменской области» (625000, г. Тюмень, ул. Орджоникидзе, 63, ИНН 7204099664, КПП 720301001, ОГРН 1067203307434; дата регистрации: 24.05.2006) (далее также - АО «АИЖК по Тюменской области», Общество), в присутствии защитника – <...> (доверенность №08-16 от 20.01.2016г.), (полномочия проверены, предъявлен паспорт гражданина РФ), которому разъяснены 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),

## У С Т А Н О В И Л А:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) от 20.11.2015 № Р15/140-02 признана ненадлежащей реклама, размещённая в эфире «первого канала» г.Тюмени следующего содержания: «АИЖК по Тюменской области... ИПОТЕКА 9,5%... Звоните: 49-02-02», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Вышеуказанное решение Комиссии АО «АИЖК по Тюменской области» в арбитражном суде не обжаловало. Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Исследовав материал административного дела, установлено следующее.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе 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. Объект рекламирования – 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.

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.

Таким образом, вышеуказанная информация является рекламой, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе, где объектом рекламирования являются ипотечные займы, предоставляемые ОАО «АИЖК по Тюменской области».

Комиссия при рассмотрении дела учитывает, что законодательство о рекламе является составной частью антимонопольного законодательства. Соответственно, для положений Закона о рекламе возможно применение понятий и терминов, установленных в Федеральном законе №135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции).

Однако, Закон о рекламе является нормативным актом, содержащим нормы, специальные по отношению к положениям антимонопольного законодательства. Соответственно, в случае возможности применения к одним и тем же правоотношениям норм общего и специального законодательства, подлежат применению именно специальные нормы Закона о рекламе.

Так, 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, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, пенсионный участник рынка ценных бумаг.

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.

Согласно статьям 1,2,3 Федерального закона от 16.07.1998 г. № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге имущества)», ипотека представляет собой способ обеспечения обязательств – уплату залогодержателю основной суммы долга по кредитному договору или иному обеспечиваемому ипотекой обязательству полностью либо в части, предусмотренной договором об ипотеке.

Принимая во внимание положение вышеуказанных норм и содержания рассматриваемой рекламы следует, что под ипотекой в рассматриваемом случае следует понимать долгосрочный ипотечный жилищный кредит – кредит или заем, предоставляемый банком (кредитной организацией) для приобретения жилья под залог приобретаемого жилья в качестве обеспечения обязательств.

Кроме того, само содержание спорной рекламы подтверждает ее направленность на привлечение внимания потенциальных заемщиков именно к получению ипотечного кредита на приобретение объекта недвижимости. Таким образом, в рекламе предложены также и услуги ипотечного кредитования.

Таким образом, рассматриваемая реклама является также рекламой финансовой услуги – кредита (ипотечного кредита).

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

В рассматриваемой рекламе ипотечного займа указано следующее условие получения ипотечного займа - ставка 9,5%. В данном случае под 9,5% следует понимать процентную ставку за пользование ипотечным займом. Указанный вывод следует из письменных пояснений АО «АИЖК по Тюменской области».

Согласно Постановлению Пленума ВАС от 8.10.2012 г №58 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», условие, о процентной ставке за пользование ипотечным займом является существенным условием предоставления ипотечного займа.

Следовательно, в рекламе должны быть указаны все условия, влияющие и определяющие расходы, которые понесут воспользовавшиеся услугой потребители на полную стоимость ипотечного займа.

В вышеуказанной рекламе максимальный срок займа, минимальный первоначальный взнос, сведения об иных условиях, определяющих полную стоимость ипотечного займа, таких как: минимальная и максимальная сумма займа, обязательное страхование, и т.п., не могут быть восприняты потребителем, поскольку данные сведения представляются потребителям мелким шрифтом, в течении 4 секунд, не обеспечивающей возможность безотрывного прочтения всей

информации о всех существенных условиях получения жилищного займа, следовательно, они указаны формально.

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.

Таким образом, в рекламе, размещенной в эфире первого канала следующего содержания: «АИЖК по Тюменской области... ИПОТЕКА 9,5%... Звоните: 49-02-02», нарушены требования части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Требования части 3 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.

Вышеуказанная реклама ОАО «АИЖК по Тюменской области» направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться предоставляемой услугой. 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 части информации о предоставляемых услугах и о лицах их предоставляющих не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами.

Указание в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования 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 иные условия, влияющие и определяющие расходы, которые понесут воспользовавшиеся услугой потребители, представляются потребителям мелким шрифтом, в течении 4 секунд, следовательно они указаны формально и не могут быть восприняты потребителем.

Следовательно, рассматриваемая реклама содержит нарушение требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе, а именно в ней отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения рекламируемого товара, так как при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, реклама, размещенная в эфире первого канала следующего содержания: «АИЖК по Тюменской области... ИПОТЕКА 9,5%... Звоните: 49-02-02»,

нарушает требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе, так как в ней отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения рекламируемого товара, так как при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частями 3 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламоатель.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Таким образом, рекламоатель, неся ответственность за распространение рекламы, должен обеспечить соблюдение требований законодательства о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламоателем, 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.

Субъектом административного правонарушения по делу № А16/99 выступает – Акционерное Общество «Агентство по ипотечному жилищному кредитованию по Тюменской области» (625000, г. Тюмень, ул. Орджоникидзе, 63, ИНН 7204099664, КПП 720301001, ОГРН 1067203307434; дата регистрации: 24.05.2006).

Таким образом, АО «АИЖК по Тюменской области», 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 – с 12.05.2015 г. по 31.05.2015г.

Дело об административном правонарушении № А16/99, в соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ, рассмотрено с учетом характера совершенного АО «АИЖК по Тюменской области» административного правонарушения, имущественного и финансового положения Общества, обстоятельств смягчающих и отягчающих

административную ответственность.

Доказательств 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 АО «АИЖК по Тюменской области» правонарушение в качестве малозначительного недопустимо.

На основании изложенного, принимая во внимание доказанность имеющимися материалами дела события и состава допущенного АО «АИЖК по Тюменской области» административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.10, 4.1, 4.5, 14.33, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### ПО С Т А Н О В И Л А:

1. Применить к Акционерному Обществу «Агентство по ипотечному жилищному кредитованию по Тюменской области» (625000, г. Тюмень, ул. Орджоникидзе, 63, ИНН 7204099664, КПП 720301001, ОГРН 1067203307434; дата регистрации: 18.02.2010), меру ответственности в виде административного штрафа в размере **100 000 (сто тысяч)** рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Наименование получателя: Управление федерального казначейства  
Министерства финансов России по Тюменской области (Тюменское УФАС России)

ИНН 7202081799, КПП 720301001

счет 40101810300000010005

банк получателя: отделение Тюмени г. Тюмень

БИК 047102001, ОКТМО 71701000

код бюджетной классификации – 161 116 26000 01 6000 140

**УИН: 0319883317031800000401983 (указывать обязательно!!!)**

Назначение платежа: «Денежные (штрафы) взыскания за нарушение законодательства о рекламе».

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП 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

<...>