

ФАС

ФАС

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

148, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а  
5

тел. 50-

---

---

**РЕШЕНИЕ №Р17/35-28**

29.08.2017 г.

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:	<...>	- заместитель руководителя управления;
Члены Комиссии:	<...>	- главный специалист- эксперт отдела КСЗ;
	<...>	- ведущий специалист- эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р17/35-28, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы на интернет – сайте [www.<...>.com/flats/zhk-pravoberezhnyy/](http://www.<...>.com/flats/zhk-pravoberezhnyy/),

при участии:

от ООО «П» – <...> (по доверенности № б/н от 10.01.2017г.),

**УСТАНОВИЛА:**

Тюменским УФАС России в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.06 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе), в соответствии с Положением о государственном надзоре в области рекламы, утвержденным постановлением Правительства РФ № 1346 от 20.12.2012 г., в рамках реализации полномочий антимонопольного органа по государственному надзору за соблюдением законодательства РФ о рекламе был выявлен факт распространения рекламы, содержащей признаки нарушения требований законодательства о рекламе, на интернет – сайте [www.<...>.com/flats/zhk-pravoberezhnyy/](http://www.<...>.com/flats/zhk-pravoberezhnyy/), следующего содержания: «Банки партнеры: З<...>банк, В<...>, С<...>банк, У<...>, <...>Банк, А<...>Банк, Г<...>банк, А<...> Банк Ипотека от: 10,25 %».

Определением №Р17/35-28 от 29.06.2017г. было возбуждено дело №Р17/35-28 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «П», рассматриваемая реклама не содержит нарушения требований Закона о рекламе, поскольку в соответствии с ч. 2 ст. 1 Федерального закона № 353-ФЗ от 21.12.2013г. «О потребительском кредите» (займе)» (далее – Закон о потребительском кредите), понятие полной стоимости потребительского кредита не распространяется на ипотечные кредиты.

**Комиссия, исследовав имеющиеся материалы дела, заслушав лиц участвующих в деле, пришла к следующим выводам.**

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, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; *объект рекламирования* - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; *ненадлежащая реклама* - реклама, не соответствующая требованиям

законодательства Российской Федерации.

Независимо от формы или используемого средства распространения, реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В данной рекламе, распространяемой на интернет – сайте [www.<...>.com/flats/zhk-pravoberezhnyy/](http://www.<...>.com/flats/zhk-pravoberezhnyy/), информация направлена на привлечение внимания **потребителей** именно к **финансовой услуге «Ипотека» и процентной ставке по ней «10,25%»**.

Таким образом, информация, распространяемая на интернет – сайте [www.<...>.com/flats/zhk-pravoberezhnyy/](http://www.<...>.com/flats/zhk-pravoberezhnyy/), соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Федерального закона «О рекламе» **и является рекламной, где объектом рекламирования, является финансовая услуга «Ипотека» и процентная ставка по данной услуге «10,25%»**.

Комиссия при рассмотрении дела учитывает, что законодательство о рекламе не содержит понятия финансовой услуги и финансовой организации. 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).

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, 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.

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 покупателей, в том числе, и к возможности получения 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 – ипотечного кредита.

Как следует из [части 1 статьи 5](#) Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно [подпункту 4 статьи 3](#) Закона «О рекламе» является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 3 статьи 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.

В соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий

Согласно разъяснениям ФАС России (письмо от 31.07.2014 №АД/30890/14) порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 N 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)"

Исходя из части 4 статьи 6 Федерального 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.

Согласно пункту 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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.).

Рассматриваемая реклама ООО «П» направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться финансовой 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 какой – либо части информации о представляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

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

В целом вводящая в заблуждение реклама может формально являться достоверной, но поскольку рекламодаделец умалчивает об отдельных условиях оказываемых услуг, у потребителя складывается искаженное представление об условиях их приобретения.

Требования п. 2 ч. 2, 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.

Согласно понятию рекламы, она направлена неопределенному кругу лиц, а значит, для оценки содержащейся в ней информации не требуется никаких специальных филологических и юридических познаний. Информация, содержащаяся в рекламе, должна очевидно ассоциироваться с объектом рекламирования.

Таким образом, доведение существенной информации до потребителей рекламы должно осуществляться доступными способами и в форме, позволяющей воспринимать такую информацию каждому из неопределенного круга лиц наравне с иными формирующими интерес к объекту рекламирования сведениями.

Под воздействием рекламы потребитель зачастую руководствуется эмоциями, а не объективными достоинствами или недостатками рекламируемого товара. Неопытность и отсутствие необходимых знаний в сфере банковской, страховой, инвестиционной деятельности у значительной части населения не позволяют потребителям принять взвешенное, обдуманное решение и делают их легкой добычей недобросовестных рекламодателей.

Актом осмотра от 07.06.2017г. установлено, что в рассматриваемой рекламе указана только процентная ставка ипотечного кредита: 10,25%, однако как следует из материалов дела, вышеуказанная процентная ставка предоставляется только участникам зарплатного проекта, надежным клиентам и работникам бюджетных организаций. Кроме того, данная ставка действует только при условии, что сумма кредита составляет от 3 миллионов рублей. Для всех остальных клиентов ставка по ипотеке при сумме кредита от 3 миллионов рублей будет выше чем 10,25%, а если сумма кредита составит меньше 3 миллионов рублей, то процентная ставка будет ещё больше. При этом кредит может быть выдан на срок от 1 года до 30 лет и минимальный первоначальный взнос – 10 % от стоимости недвижимости. И является обязательным страхование жизни и здоровья клиента.

При этом необходимо указать, что при ознакомлении с

рассматриваемой рекламой, потребитель получает информацию о возможной минимальной процентной ставке, которая формирует желание воспользоваться предлагаемой услугой, однако, у потребителя рекламы отсутствует возможность реально оценить все расходы и их размер которые он понесет, если решит воспользоваться данной услугой, поскольку в рекламе отсутствует полная и достоверная информация об иных существенных условиях, определяющих его стоимость, таких как: сумма первоначального взноса, сумма кредита при которой предоставляется процентная ставка 10,25 %, каким клиентам предоставляется данная процентная ставка, страхование жизни и здоровья.

Вместе с тем рекламодатель не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, которые понесет заемщик, воспользовавшись рекламируемой банковской услугой. Достаточно перечисления таких расходов.

Таким образом, исходя из рассматриваемой рекламы, потребители не получают всю необходимую для осознанного выбора информацию обо всех условиях предлагаемой ипотечной программы, влияющих на ее стоимость, поскольку в ней не содержатся все остальные условия, определяющие ее фактическую стоимость для участника и влияющие на нее.

Такое условие как срок ипотечной программы, безусловно, является существенным условием, поскольку данная величина учитывается при определении стоимости услуги для участника, т.к. влияет, в конечном счете, на размер денежных средств, подлежащих уплате потребителю обществу за пользование предлагаемой услугой.

Процентная ставка ипотечной программы также является одним из основных существенных условий, которое непосредственно влияет и, в конечном счете, устанавливает стоимость кредита для заемщика.

В рассматриваемой рекламе указано такое привлекательное условие как минимальная процентная ставка ипотечной программы, однако, об иных условиях предоставления услуги, определяющих ее полную стоимость для участника, Общество умалчивает, что формирует у потребителя искаженное представление об объекте рекламирования, о его легкодоступности и дешевизне.

Кроме того, как уже указывалось выше, в рассматриваемой рекламе указано одно условие, влияющее на сумму расходов: минимальная процентная ставка по Ипотечке в размере 10,25%, однако

рассматриваемая реклама умалчивает о таких существенных условиях, минимальный первоначальный взнос; срок предоставления кредита; условия предоставления минимальной ставки по Ипотечке, которые влияют на сумму расходов, которые понесут потребители, воспользовавшиеся данной услугой.

Довод Ответчика о том, что в соответствии с ч. 2 ст. 1 Федерального закона № 353-ФЗ от 21.12.2013г. «О потребительском кредите» (займе)» (далее – Закон о потребительском кредите), понятие полной стоимости потребительского кредита не распространяется на ипотечные кредиты, Комиссией не принимается во внимание и не имеет правового значения, поскольку Закон о рекламе не разделяет финансовые услуги (кредит) на ипотечный или потребительский, а устанавливает единые требования к рекламе всех финансовых услуг.

Вместе с тем в рассматриваемой рекламе указаны не все условия рекламируемой финансовой услуги, что может привести к искажению сути указанной финансовой услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение её воспользоваться.

Следовательно, обозначенная выше реклама не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствует часть существенных условий, влияющих на полную стоимость оказываемых финансовых услуг, равно как и отсутствует информация о расходов, которую понесут лица, воспользовавшиеся данной финансовой услугой.

В соответствии с ч. 4 ст. 38 Закона «О рекламе», нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ч.7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Согласно материалам дела, рекламоделателем рассматриваемой рекламы является ООО «П» (<...>).

Как следует из [пункта 44](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, ответчиком представлены документальные доказательства о прекращении размещения рекламы в нарушение требований рекламного законодательства.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО «П» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

## **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу, размещенную на интернет – сайте [www.<...>.com/flats/zhk-pravoberezhnyy/](http://www.<...>.com/flats/zhk-pravoberezhnyy/), следующего содержания: «Банки партнеры: З<...>банк, В<...>, С<...>банк, У<...>, <...>Банк, А<...>Банк, Г<...>банк, А<...> Банк Ипотека от: 10,25 %», **ненадлежащей**, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе не выдавать, в связи с отсутствием основания.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3

Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме \_\_\_\_\_ года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>