

РЕШЕНИЕ

18 мая 2011 года г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии: Галичина Л.Н., заместитель руководителя – начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

члены Комиссии: Скобина Е.Ю. - специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,
Бромберг М.В. – специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 20-2011 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ОАО «Южно-Уральская корпорация жилищного строительства и ипотеки» (далее также – ОАО «ЮУКЖСИ», корпорация) рекламы с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), в присутствии:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ОАО «ЮУКЖСИ» - <...>, действующей на основании доверенности от 25 апреля 2011 года № 78, личность удостоверена по паспорту,
представителя заинтересованного лица, ООО «Амиго-Медиа» - <...>, действующей на основании доверенности, личность удостоверена по паспорту,

УСТАНОВИЛА:

В период с марта по май 2011 года на светодиодных экранах в городе Челябинске распространялся рекламный видеоролик, состоящий из пяти фрагментов, следующих один за другим.

В первом фрагменте на экране появляется текст, выполненный крупным шрифтом: «Шоколадное предложение! ЮУКЖСИ». Во втором фрагменте в центральной части экрана появляется текст, выполненный также крупным шрифтом: «95 тыс. руб. и квартира Ваша*», в нижней части экрана под знаком «*» присутствуют сведения, выполненные значительно меньшим шрифтом: «Собственная ипотечная программа». В третьем фрагменте на экране появляются следующие сведения: «Подробности ипотечной программы и проектная декларация на сайте www.ipoteka74.ru ... Звони сейчас 245-60-60». Указанные сведения выполнены крупным шрифтом.

Далее на экране появляется фрагмент в котором под знаком «*» указаны условия ипотечной программы, а именно: «Займы по ставке от 12,5 %. Первоначальный взнос от 10 %. Сроки ипотечного кредитования от 3 до 30 лет. Сумма займа от 100 тыс. до 4 млн. рублей.

Стоимость квартиры от 950 тыс. руб.». Данный текст выполнен мелким шрифтом, а фрагмент с указанными сведениями транслируется менее 3 секунд.

Рекламный ролик заканчивается фрагментом, в котором на экране появляется текст, выполненный крупным шрифтом: «Шоколадное предложение квартир». Общая продолжительность рекламного ролика составляет около 10 секунд.

В данной рекламе ипотечного кредитования присутствуют сведения «95 тыс. руб.»,

указывающие на размер первоначального взноса по ипотечному кредиту, который является одним из условий данного договора, определяющим его фактическую стоимость для заемщика. Иные условия, определяющие фактическую стоимость кредита и влияющие на нее, в рекламе отсутствуют, что противоречит части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, в рекламе отсутствует часть существенной информации о том, что «95 тыс. руб.» являются первоначальным взносом в рамках ипотечной программы. Отсутствие данной информации в рекламе искажает смысл рекламного сообщения, поскольку создается впечатление, что у ОАО «ЮУКЖСИ» можно приобрести квартиру, стоимостью 95 тыс. руб., тем самым потребители вводятся в заблуждение, что противоречит части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является ОАО «ЮУКЖСИ» согласно договору на размещение рекламы от 15 февраля 2011 года № 671, заключенному с владельцем рекламной конструкции ООО «Амиго-Медиа».

По мнению ОАО «ЮУКЖСИ», корпорация при размещении рекламы не нарушила требований частей 2, 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», поскольку ОАО «ЮУКЖСИ» не является кредитной организацией и не осуществляет выдачу кредитов, а оказывает гражданам Челябинской области на основании Устава и гражданского законодательства Российской Федерации услуги по выдаче целевых займов на приобретение жилья на условиях ипотеки, которые не являются финансовыми услугами. В период с 4 марта 2011 года по 2 мая 2011 года на светодиодных экранах в г. Челябинске под рекламным слоганом «Шоколадное предложение» распространялась реклама программы «Новостройка+». Присутствующие в рекламе сведения «Собственная ипотечная программа» подразумевают под собой предоставление ОАО «ЮУКЖСИ» займов гражданам только на приобретение объектов недвижимости ОАО «ЮУКЖСИ» на стадии строительства в рамках указанной программы. ОАО «ЮУКЖСИ» считает, что в рекламе раскрыты все существенные условия данной программы: минимальная процентная ставка, размер первоначального взноса, сроки ипотечного кредитования, сумма займа, стоимость квартиры. Помимо этого в рекламе указаны способы получения дополнительной информации, а именно адрес сайта и контактные номера телефонов. ОАО «ЮУКЖСИ» считает, реклама сообщает потребителю все существенные условия о предлагаемом займе, не искажает смысл информации и не вводит потребителя рекламы в заблуждение.

ОАО «ЮУКЖСИ» представлены копии договоров участия в долевом строительстве, договоров займа, заключенных гражданами с ОАО «ЮУКЖСИ» в рамках программы «Новостройка+».

Исследовав материалы дела, заслушав доводы представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующим выводам.

Как следует из договоров займа от 3 марта 2011 года № 05-01/63-11Н+, от 14 апреля 2011 года № 05-01/142-11 Н+, заключенных между гражданами и ОАО «ЮУКЖСИ» в рамках рекламируемой ипотечной программы «Новостройка+», корпорация предоставляет гражданам целевой заем на приобретение в собственность объектов недвижимости ОАО «ЮУКЖСИ» на стадии строительства путем участия в долевом строительстве жилого дома. Присутствующие в рекламе сведения «95 тыс. руб.» указывают на одно из условий договора займа – размер первоначального взноса, о чем в рекламе умалчивается.

В силу части 7 статьи 5 Федерального 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.

Отсутствие в рекламе «Шоколадное предложение» части существенной информации, а именно о том, что сведения «95 тыс. руб.» указывают именно на размер первоначального взноса по договору займа, выдаваемого ОАО «ЮУКЖСИ» на приобретение квартиры, искажает смысл информации, поскольку реклама создает впечатление, что стоимость квартиры, реализуемой ОАО «ЮУКЖСИ»,

составляет 95 тыс. руб. В связи с этим потребители вводятся в заблуждение относительно реальной стоимости квартиры и условий ее приобретения, что противоречит требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Из представленных ОАО «ЮУКЖСИ» документов следует, что корпорация осуществляет в том числе деятельность по привлечению средств граждан в строительство жилья путем предоставления займов гражданам на приобретение жилья на стадии строительства на условиях ипотеки.

На основании пункта 2 статьи 4 Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовой услугой является в том числе услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Перечень финансовых организаций содержится в пункте 6 статьи 4 названного закона. ОАО «ЮУКЖСИ» не является финансовой организацией в силу пункта 6 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции».

Однако статьей 28 Федерального закона «О рекламе», регламентирующей рекламу финансовых услуг, к числу таких услуг отнесены услуги, связанные с привлечением денежных средств физических лиц для строительства жилья на основании договора участия в долевом строительстве.

Вместе с тем, статьями 76, 77 Федерального закона от 16.07.1998 N 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» предусмотрена возможность получения целевого займа для приобретения, сооружения, жилого дома или квартиры не только от банка или иной кредитной организации но и от другого юридического лица соответственно по договору кредита или целевого займа.

Анализ указанных норм позволяет сделать вывод о том, что услуги по предоставлению займа лицами, не являющимися кредитными организациями, аналогичны финансовым услугам кредитных организаций.

Таким образом, услуги по предоставлению займа гражданам для приобретения жилья путем участия в долевом строительстве, оказываемые ОАО «ЮУКЖСИ», являются финансовыми услугами.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами банка лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Материалами дела установлено, что сведения: «95 тыс. руб.», присутствующие во втором фрагменте рекламного ролика, указывают на размер первоначального взноса по договору займа, заключаемому ОАО «ЮУКЖСИ» с гражданами на приобретение в собственность объектов недвижимости ОАО «ЮУКЖСИ» на стадии строительства путем участия в долевом строительстве жилого дома. Данные сведения является одним из условий оказания ОАО «ЮУКЖСИ» финансовой услуги по предоставлению займа гражданам для приобретения жилья путем участия в долевом строительстве. Иные условия предоставления займа в данном фрагменте рекламного ролика отсутствуют.

Однако в четвертом фрагменте рекламного ролика присутствуют сведения о размере минимальной процентной ставки, минимальном размере первоначального взноса, минимальном и максимальном сроке кредитования, минимальной и максимальной сумме займа, минимальной стоимости квартиры.

Таким образом, сведения о размере первоначального взноса по договору займа были указаны отдельно от иных условий предоставления данной услуги и могут быть не восприняты потребителем по следующим основаниям.

Поскольку трансляция рекламного ролика осуществлялась непродолжительное время – 10 сек. и

сопровождалась быстрой сменой фрагментов, а рекламная конструкция, на которой транслировался ролик, расположена на высоте около 10 метров над поверхностью земли, потребитель мог воспринять только информацию о размере первоначального взноса по договору займа, присутствующую во втором фрагменте, и не успеть ознакомиться со всеми условиями договора займа, присутствующими в четвертом фрагменте.

Указанные особенности восприятия рекламы, свидетельствуют о необходимости указания всех условий, определяющих сумму расходов для потребителя, в одном кадре и более продолжительное время, что обеспечит получение потребителем не только привлекательной для него информации, но и сведений, способных обмануть ожидания потенциальных заемщиков.

Указание иных условий предоставления займа (размер минимальной процентной ставки, минимальный размер первоначального взноса, минимальный и максимальный срок кредитования, минимальная и максимальная сумма займа, минимальная стоимость квартиры) отдельно от сведений о размере первоначального взноса приравниваются к отсутствию таких условий в рекламе финансовой услуги ОАО «ЮУКЖСИ».

Отсутствие в рекламе финансовых услуг, оказываемых ОАО «Южно-Уральская Корпорация жилищного строительства и ипотеки», сведений об условиях, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, при наличии одного из таких условий, а именно размере первоначального взноса 95 тыс. руб., противоречит требованиям пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела признаки нарушения части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» не подтвердились, поскольку ОАО «ЮУКЖСИ» не является кредитной организацией и не оказывает услуги по предоставлению кредита.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, статьей 28 Федерального закона «О рекламе», ответственность несет рекламоделец.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламоделец – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем указанной рекламы является ОАО «ЮУКЖСИ» как лицо, оказывающее рекламируемую финансовую услугу и определившее объект рекламирования и содержание рекламы, так как заключило договор на размещение данной рекламы.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу финансовых услуг, размещенную ОАО «Южно-Уральская Корпорация жилищного строительства и ипотеки» на светодиодных экранах г. Челябинска, содержащую сведения: «95 тыс. рублей и квартира Ваша*...», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ОАО «ЮУКЖСИ», ООО «Амиго-Медиа» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной

антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дел об административных правонарушениях, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ОАО «ЮУКЖСИ».

Решение изготовлено в полном объеме 31 мая 2011 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Л.Н. Галичина

Члены Комиссии

Е.Ю. Скобина

М.В. Бромберг