

Постановление

о назначении административного наказания

по делу № А15/389-ПР

об административном правонарушении

17.11.2015

г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области _____, рассмотрев материалы дела №А15/389-ПР, возбужденного в отношении _____) (далее также – _____ (ООО), Банк), в присутствии защитника Банка – _____ (доверенность №64 от 05.11.2015 г.), (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),

УСТАНОВИЛА:

Постановлением о возбуждении дела об административном правонарушении от 09.10.2015 заместителем прокурора города Тюмени Смирновой М.В. возбуждено в отношении _____ дело по признакам правонарушения, ответственность за которое предусмотрено, ч. 6 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

В соответствии с ч. 6 ст. 14.3 КоАП РФ, распространение кредитной организацией рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержащей хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, без указания всех остальных условий, определяющих полную стоимость кредита (займа) для заемщика и влияющих на нее, -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двадцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до восьмисот тысяч рублей.

Исследовав материал административного дела, установлено следующее.

_____ (ООО) были разработаны рекламные буклеты «Кредитование малого и среднего бизнеса» с рекламной информацией услуг, связанных с предоставлением кредитов.

Вышеуказанные рекламные буклеты, распространялись в операционном зале _____ (ООО) по адресу: г. Тюмень, ул. Республики, д. 65 по момент проведения проверки.

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.

Таким образом, указанная информация является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания потребителя к определенной финансовой услуге, оказываемой _____ (ООО), а именно помощи в предоставлении кредитов.

В ходе совместной проверки, проводимой в Банке прокуратурой города Тюмени и Управлением Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области Банком были представлены документы по рекламе, распространяемой на территории Тюменской области за последние 6 месяцев с приложением договоров, макетов, товарных накладных, подтверждающих факт оплаты распространяемой рекламы.

Таким образом, было установлено следующее: _____ (ООО) и ООО _____ 21.11.2011 заключили договор на оказание возмездных услуг № 128/01-2011, в соответствии с которым осуществлялась разработка буклетов «Кредитование малого и среднего бизнеса». Так, рекламные буклеты «Кредитование малого и среднего бизнеса», распространялись в операционном зале _____ (ООО) по адресу: г. Тюмень, ул. _____, с рекламой услуг, связанных с предоставлением кредитов. А именно, предоставлены линейки кредитов: «Нецелевые кредиты (на любые цели)», «Быстрый», «Залоговый», «На инвестиционные цели», «Инвестиционный», «На увеличение оборота», «Универсальный», «Возобновляемая кредитная линия», «Овердрафт», «Специальные программы», «Тендерный», «Банковские гарантии», в которых присутствуют условия, влияющие на их стоимость, однако остальные условия определяющие стоимость кредита, отсутствуют.

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.

В соответствии с пунктом 25 вышеуказанного постановления, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

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.).

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

Таким образом, исходя из представленной в вышеуказанном буклете рекламы, потребители не получают всю необходимую для осознанного выбора информацию обо всех условиях кредита, влияющих на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица.

В соответствии с пунктом 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 7 статьи 5 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.

Вышеуказанная рекламная информация, содержащаяся в буклете, 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 какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми банковскими услугами.

Согласно части 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 рекламной информации, содержащейся в буклете, а именно в представленной линейке кредитов: «Нецелевые кредиты (на любые цели)», «Быстрый», «Залоговый», «На инвестиционные цели», «Инвестиционный», «На увеличение оборота», «Универсальный», «Возобновляемая кредитная линия», «Овердрафт», «Специальные программы», «Тендерный», «Банковские гарантии», присутствуют условия, влияющие на их стоимость, однако остальные условия определяющие стоимость кредита, отсутствуют.

Так по кредиту «Быстрый» в рекламном буклете указан срок предоставления и размер, однако процентная ставка или порядок её определения отсутствует, что

является существенным условием, влияющим на его стоимость, следовательно, в рекламе должны быть указаны и другие существенные условия. Однако, в рекламе иные существенные условия не указаны.

Таким образом, рекламная информация, размещённая в рекламных буклетах «Кредитование малого и среднего бизнеса», распространяемая в операционном _____ (ООО) по адресу: г. Тюмень, ул. _____, не соответствует требованиям части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе, так как не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, и вводит в заблуждение потребителя.

Согласно ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе, нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5 ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Материалами дела №А15/389-ПР установлено, что рекламодателем является _____.

В соответствии с частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, распространение кредитной организацией рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержащей хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, без указания всех остальных условий, определяющих полную стоимость кредита (займа) для заемщика и влияющих на нее, -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двадцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до восьмисот тысяч рублей.

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. 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 субъектов Российской Федерации установлена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Субъектом административного правонарушения по делу № А15/389-ПР выступает - _____).

Таким образом, Банк, распространяя рекламу, связанную с предоставлением кредита, в которой содержатся условия влияющие на его стоимость без указания остальных условий, без части существенной информации о рекламируемом товаре, совершило административное правонарушение, ответственность за

которое предусмотрена частью 6 статьей 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.

Вина _____ (ООО) состоит в том, что оно не выполнило установленных Законом о рекламе требований и не предприняло всех зависящих от него мер по их соблюдению.

Место совершения административного правонарушения – г. Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела, – сентябрь 2015 г.

Дело об административном правонарушении в соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного _____ (ООО) административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Доказательств малозначительности совершенного правонарушения при рассмотрении дела не установлено. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Обстоятельством, смягчающим административную ответственность, признается совершение правонарушения впервые.

На основании изложенного, учитывая характер и степень виновности лица, привлекаемого к административной ответственности, причины и условия совершения административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.4, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПО С Т А Н О В И Л А:

1. Применить к _____), мере ответственности в виде административного штрафа в размере **300 000 (триста тысяч)** рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 6 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: **0319883317112400000320318**

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
