

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № А17/380-14.3

о назначении административного наказания

за нарушение законодательства о рекламе

2017. г. г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области <...>, рассмотрев материалы дела №А17/380-14.3, возбужденного в отношении ООО «<...>» (адрес местонахождения: 625048, г.Тюмень, ул. <...>, ИНН 7202088233, ОГРН 1027200824991, КПП 720301001, дата регистрации: 13.03.2000), по признакам административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ),

в присутствии представителя (защитника) ООО «<...>» - <...> (доверенность б/н от 16.10.2017г.), 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,

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) от 29.08.2017г. № Р17/35-28 признана ненадлежащей реклама, размещенная на интернет – сайте www.72dom.com/flats/zhk-pravoberezhnyy/, следующего содержания: «Банки партнеры: Запсибкомбанк, ВТБ24, Сбербанк, Уралсиб, Ханты-Мансийский Банк, АК Барс Банк, Газпромбанк, Абсолют Банк Ипотека от: 10,25 %», 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» (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.

Таким образом, вышеуказанная информация является рекламой, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе, где объектом рекламирования являются займы.

В Законе о рекламе отсутствуют такие понятия, как «Финансовая организация», «Финансовые услуги». Соответственно, для положений Федерального закона «О рекламе» возможно применение понятий и терминов, установленных в Федеральном законе «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006г. (далее – Закон о защите конкуренции).

Так, согласно пункту 2 статьи 4 Закона о защите конкуренции, 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 содержание 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.

В данной рекламе, распространяемой на интернет – сайте www.72dom.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.72dom.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%».

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 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.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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 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)"

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 «<...>» 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 рекламодаатель умалчивает об отдельных условиях оказываемых услуг, у потребителя складывается искаженное представление об условиях их приобретения.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе нарушены требования пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Требования частей 2,3 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.

Рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться предоставляемыми услугами. 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.

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).

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 ставка 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 Ипотеке в размере 10,25%, однако рассматриваемая реклама умалчивает о таких существенных условиях, минимальный первоначальный взнос; срок предоставления кредита; условия предоставления минимальной ставки по Ипотеке, которые влияют на сумму расходов, которые понесут потребители, воспользовавшиеся данной услугой.

Таким образом, 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.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частями 2, 3 статьи 28 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

Согласно материалам дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «<...>» (625048, г. Тюмень, ул. <...> ОГРН 1027200824991 ИНН 7202088233 КПП 720301001).

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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 № А17/380-14.3 выступает – ООО «<...>» (адрес местонахождения: 625048, г.Тюмень, ул. <...>, ИНН 7202088233, ОГРН 1027200824991, КПП 720301001, дата регистрации: 13.03.2000).

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.

На рассмотрении дела представитель ООО «<...>» признал вменяемое нарушение, просил учесть смягчающие обстоятельства, а именно: совершение правонарушения впервые, а также устранение нарушения до вынесения решения Комиссией.

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

Таким образом, ООО «<...>», 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 – г. Тюмень.

Время совершения административного правонарушения - с 07.06.2017 г. по 20.07.2017г.

Дело об административном правонарушении № А17/380-14.3 в соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ООО «<...>» административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

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

Обстоятельством, смягчающим административную ответственность, признается совершение правонарушения впервые и добровольное устранение нарушения.

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,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ООО «<...>» (адрес местонахождения: 625048, г.Тюмень, ул. <...>, ИНН 7202088233, ОГРН 1027200824991, КПП 720301001, дата регистрации: 13.03.2000), 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: 16117101900000975520 **(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 <...>