

ООО «Сиверс»

ул. Республиканская, д. 3, к. 7,

г. Ярославль, 150003

ПАО «ВТБ Банк»

Дегтярный переулок, д. 11, лит. А,

г. Санкт-Петербург, 191144



## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу № **076/05/28-1330/2021**

«10» марта 2022 г.

г. Ярославль

Комиссия Ярославского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления Гудкевич Е. В.,

члены Комиссии: главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы Солодяшкин С.Д., рассмотрев дело № 076/05/28-1330/2021, возбужденное по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006

№ 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе», Закон) по факту распространения рекламы ПАО «ВТБ Банка» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии представителей ПАО «ВТБ Банка» и ООО «Сиверс», привлеченных к участию в деле в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по доверенности , а также директора по рекламе ,

УСТАНОВИЛА:

В соответствии с пунктом 31 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее - Правила), Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие указанных лиц.

03.03.2022 г. в соответствии с пунктом 37 Правил в рассмотрении дела № 076/05/28-1330/2021 объявлялся перерыв до 11 часов 00 минут

10.03.2022 г.

10.03.2022 г. в 11 часов 00 минут рассмотрение дела № 076/05/28-1330/2021 продолжено.

**Ярославским УФАС России в ходе осуществления государственного надзора выявлен факт распространения информации следующего содержания: «Клиенты банка ВТБ в регионах ЦФО за 11 месяцев года оформили 29 400 ипотечных сделок на 63, 5 млрд рублей. Это на 15 % больше результата того же периода прошлого года. Продолжает сохранять популярность программа ипотеки с господдержкой. В этом году на ее долю приходится треть от продаж. А сумма, выданная за 11 месяцев, достигла почти 22 млрд рублей. Выдача ипотеки по госпрограмме для семей с детьми составила 4, 5 млрд рублей. По обновленным условиям этой программы этой услугой могут воспользоваться пары даже с 1 ребенком, родившимся после 01 января 2018 года. Напомню, что в сентябре ВТБ улучшил условия по этим видам ипотеки, снизил процентные ставки» 09 декабря 2021 г. в 19.30, 10 декабря 2021 г. в 7.30 на радио «Комсомольская правда. Ярославль».**

Дело возбуждено по признакам нарушения части 1 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») в отношении ПАО «ВТБ Банка» и ООО «Сиверс».

В соответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В соответствии со ст. 54 Гражданского кодекса РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

Поскольку в рассматриваемой рекламе не указано наименование лица, оказывающего услуги по предоставлению кредитов, то, в данном случае усматривались признаки нарушения части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 5 ФЗ «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.

Поскольку в рассматриваемой рекламе указано «в сентябре ВТБ улучшил условия по этим видам ипотеки, снизил процентные ставки» и не указано, что ставка снижена только по виду ипотеки «Детская» до 4, 7 % и только при условии оформления через цифровые сервисы и цифровые каналы, что является существенной информацией для потребителя, то в данном случае усматривались признаки нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Представители ПАО «ВТБ Банка» и ООО «Сиверс» пояснили, что не считают рассматриваемую информацию рекламной.

Кроме того, представитель ПАО «ВТБ Банка» сообщил, что данная организация не заказывала размещение рассматриваемой информации, в связи с чем, документы на распространение рассматриваемой информации отсутствуют.

Также представителем ПАО «ВТБ Банка» представлены сведения об изменении процентной ставки по ипотеке, согласно которым Комиссией установлено, что с 24.09.2021 г. ПАО «ВТБ Банк» снижена ставка по виду ипотеки «Детская» до 4,7 % только при условии оформления через цифровые сервисы и цифровые каналы.

Представитель ООО «Сиверс» также пояснила, договоры на распространение рассматриваемой информации не заключались ни с кем, в связи с чем отсутствуют. Данная информация является новостью, подготовка которой была обусловлена тем, что вопросы кредитования актуальны для населения, программа господдержки разработана, принята и реализуется Правительством РФ в интересах граждан России, а не отдельных банков, в связи с этим осуществлялось информирование о данной государственной программе. В материале нет условий предоставления ипотеки, есть только статистика по динамике этого направления. Сравнений с другими банками нет и указаний на преимущества ПАО «ВТБ Банка» тоже. В новостях СМИ всегда старается указать источник информации, поэтому и в данном случае он указан. Аналогичная новость размещалась во многих других СМИ.

#### **Рассмотрев материалы дела, представленные документы и пояснения ПАО «ВТБ Банка» и ООО «Сиверс», Комиссия пришла к следующим выводам.**

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и 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 (пункт 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

В пункте 15 информационного письма Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» разъяснено, что вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела.

Комиссия на основании материалов дела, с учетом всех изложенных сторонами

обстоятельств, делает вывод о том, что в данном случае аудиосюжет представляет собой адресованное населению информационное сообщение о программе ипотеки с государственной поддержкой, что соответствует тематической концепции новостной программы радио «Комсомольская правда. Ярославль».

Доказательств, свидетельствующих о распространении данного аудиосюжета в рекламных целях, при рассмотрении дела не установлено. Такой признак как «направленность на привлечение внимания», указанный в определении рекламы не является в настоящем случае определяющим при определении характера спорной информации, поскольку данный признак имеет отношение и к новостям в принципе, целью которых является, в том числе, привлечение внимания читателей к новостям.

В данном аудиосюжете не содержится призывов к оформлению ипотеки, адресов, телефонов банка, конкретных сведений об условиях предоставления ипотеки.

Для отнесения информации к рекламе все признаки рекламы, указанные в части 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», должны присутствовать в совокупности.

В настоящем случае спорный информационный аудиосюжет не содержит всех необходимых законодательных признаков рекламы, в частности, строго заданной цели – продвижения конкретного товара на товарном рынке.

Таким образом, рассматриваемый информационный аудиосюжет не подпадает под законодательное определение рекламы и, следовательно, не должен оцениваться на предмет соответствия требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, а также имеющихся в деле документов и доказательств Комиссией установлено неподтверждение в ходе рассмотрения дела наличия факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь абзацем «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 076/05/28-1330/2021 прекратить.

Председатель Комиссии

\_\_\_\_\_ Е. В. Гудкевич

Члены Комиссии

\_\_\_\_\_ С.Д. Солодяшкина

\_\_\_\_\_ А. О. Артамонов