

ЗАО «Издательство Семь Дней»

Волоколамское ш., д. 4, стр. 24,
г. Москва, 125993

<...>

ООО «РА «Информ Экспресс»

5-й Донской пр., д. 15, стр. 4,
г. Москва, 119334

<...>

АО «Баркли»

Ленинский пр-т, д. 15А,
г. Москва, 119071

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-5-159/77-17

«03» октября 2017 года.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – <...>,
членов Комиссии – <...>, <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-159/77-17, возбужденное на основании Акта плановой выездной проверки юридического лица № 8-1 от 17.01.2016 по факту размещения ЗАО «Издательство Семь Дней» рекламы, содержащей признаки нарушения Закона о рекламе:

– реклама «BARKLI медовая долина; квартиры» на оборотных сторонах задней обложки (на последней странице, раздел «объявления; реклама») журналов «СЕМЬ ДНЕЙ ТВ-ПРОГРАММА» за 2016 год (в том числе №№ 49, 39, 38, 37, 36, 35, 34, 33) — части 7 статьи 5, частей 1, 3 статьи 28 Закона о рекламе,

в присутствии представителей: ЗАО «Издательство Семь Дней» (по доверенности); ООО «РА «Информ Экспресс» (по доверенности); АО «Баркли» (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-159/77-17 возбуждено на основании Акта плановой выездной проверки юридического лица № 8-1 от 17.01.2016 по факту размещения ЗАО «Издательство Семь Дней» на оборотных сторонах задней обложки (на последней странице, раздел «объявления; реклама») журналов «СЕМЬ ДНЕЙ ТВ-ПРОГРАММА» за 2016 год (в том числе №№ 49, 39, 38, 37, 36, 35, 34, 33) рекламы «BARKLI медовая долина; квартиры».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, частей 1, 3 статьи 28 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, в которой отсутствует часть существенной информации относительно условия приобретения товаров, которая умалчивает об иных условиях, влияющих на стоимость соответствующих услуг, а также в которой отсутствует наименование лица, оказывающего соответствующие услуги.

26.09.2017 на заседании Комиссии Московского УФАС России при рассмотрении дела № 3-5-159/77-17 был объявлен перерыв до 15 часов 10 минут 03.10.2017.

03.10.2017 не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей лиц, участвующих в деле, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ЗАО «Издательство Семь Дней» (место нахождения: Волоколамское ш., д. 4, стр. 24, г. Москва, 125993) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 05.12.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700497109, ИНН 7703038770.

ООО «РА «Информ Экспресс» (адрес: 5-й Донской пр., д. 15, стр. 4, г. Москва, 119334) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 22.12.2010 за основным государственным регистрационным номером 5107746046436, ИНН 7725011001.

АО «Баркли» (адрес: Ленинский пр-т, д. 15А, г. Москва, 119071) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 12.08.2015 за основным государственным регистрационным номером 1057747809140, ИНН 7725546142.

Указанные юридические лиц являются действующими, сведений о прекращении деятельности не представлено.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается информация, распространяемая 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средство 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая реклама содержала в себе следующие сведения:

«BARKLI Медовая долина. КВАРТИРЫ от 1,6 млн. руб., 2 ОЧЕРЕДЬ. ИПОТЕКА 8% ГОДОВЫХ, 499 216-70-70, Новая Москва, Крекино. Реклама. Застройщик ООО «ЛОГИТЕК». Проектная декларация: barkli-md.ru»;

«BARKLI Медовая долина. СТАРТ ПРОДАЖЖЖЖ от 1,6 млн. руб., 2 ОЧЕРЕДЬ. ИПОТЕКА 8% ГОДОВЫХ, 499 216-70-70, Новая Москва, Крекино. Реклама. Застройщик ООО «ЛОГИТЕК». Проектная декларация: barkli-md.ru».

Таким образом, целью распространения рассматриваемой рекламы является привлечение внимания к жилой недвижимости в жилом комплексе «BARKLI Медовая долина», а также возможности приобрести такое имущество в ипотеку.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Журнал «СЕМЬ ДНЕЙ ТВ-ПРОГРАММА» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-28327), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что журнал «СЕМЬ ДНЕЙ ТВ-ПРОГРАММА» является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объект рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту

рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе, что не оспаривается сторонами по делу.

Согласно части 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 вводится в заблуждение потребитель рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Закона 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 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 от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 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 предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

Текст рекламы содержал указание на возможность приобретения квартиры в ипотеку под 8% годовых. Однако, отсутствует какое-либо упоминание об иных условиях, на которых возможно оформить ипотеку под указанный в рекламе процент.

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», финансовой услугой является 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.

Законодательно понятие «банковская услуга» не закреплено. Вместе с тем, можно сделать вывод о том, что под определением «банковская услуга» понимается любая деятельность банка, связанная с оказанием услуг физическим и юридическим лицам.

В соответствии со статьей 1 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности», банком является кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

Учитывая то, что к субъекту, с которым заключается договор ипотеки законодательно не предъявляются такие требования как наличие специального статуса или лицензии (разрешения), то на рекламу ипотеки положения статьи 28 Закона о рекламе будут распространяться только в том случае, когда держателем ипотеки будет выступать финансовая организация.

В настоящем случае реклама содержала в себе следующую информацию: *«BARKLI Медовая долина. КВАРТИРЫ от 1,6 млн. руб., 2 ОЧЕРЕДЬ. ИПОТЕКА 8% ГОДОВЫХ, 499 216-70-70, Новая Москва, Крекишино. Реклама. Застройщик ООО «ЛОГИТЕК». Проектная декларация: barkli-md.ru»;*

«BARKLI Медовая долина. СТАРТ ПРОДАЖЖЖЖЖ от 1,6 млн. руб., 2 ОЧЕРЕДЬ. ИПОТЕКА 8% ГОДОВЫХ, 499 216-70-70, Новая Москва, Крекишино. Реклама. Застройщик ООО «ЛОГИТЕК». Проектная декларация: barkli-md.ru».

Также представителем ООО «Баркли» на заседании Комиссии пояснено, что предоставление ипотеки для приобретения квартир в рекламируемом жилом комплексе осуществляется банком, а не застройщиком самостоятельно.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что объектом рекламирования в настоящем случае выступает не только недвижимое имущество в жилом комплексе «BARKLI Медовая долина», но и финансовые услуги банка по предоставлению ипотеки на такое недвижимое имущество.

Следовательно рассматриваемый текст рекламного объявления содержит условия приобретения недвижимого имущества в ипотеку, тем самым формируя интерес к финансовой услуге, а именно банковской услуге по предоставлению ипотечного кредитования. Поскольку указанная реклама финансовой услуги по предоставлению ипотеки направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителей такой рекламы.

Таким образом требования статьи 28 Закона о рекламе в настоящей рекламе должны быть соблюдены.

Также на основании упомянутого выше пункта 28 Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», оценка рассматриваемой рекламы

осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. Следовательно, изложенная в рекламе информация должна быть общедоступной, понятной для широкого круга лиц и не требующей специальных знаний и определенного опыта для ее верного и целостного восприятия.

Как установлено выше, в рекламе фактически отсутствовала какая-либо иная информация об условиях ипотеки, кроме процентной ставки 8%.

Учитывая изложенное, в том числе наличие в рассматриваемой рекламе условия о процентной ставке ипотечного кредитования, в такой рекламе также должны были содержаться и сведения о рекламируемой услуге.

В соответствии с положениями статей 8 и части 1 статьи 9 Федеральный закон от 16.07.1998 № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» договор об ипотеке заключается с соблюдением общих правил Гражданского кодекса Российской Федерации о заключении договоров, а также положений указанного Федерального закона. В договоре об ипотеке должны быть указаны предмет ипотеки, его оценка, существо, размер и срок исполнения обязательства, обеспечиваемого ипотекой.

Таким образом в рассматриваемой рекламе отсутствовали иные условия, влияющие на стоимость рекламируемой услуги, минимальный и максимальный срок, на который предоставляется ипотечный кредит под 8% годовых, максимальная и минимальная сумма ипотечного кредита.

Также в рассматриваемой рекламе отсутствовало указание на фирменное наименование лица, с которым заключается договор об ипотеке.

Учитывая совокупность установленных обстоятельств приведенный факт свидетельствует о наличии нарушения как части 7 статьи 5 Закона о рекламе, а именно отсутствии части существенной информации, что может привести к искажению смысла информации и введению в заблуждение потребителей, так и части 1 статьи 28, а именно отсутствие в рекламе фирменного наименования банка, оказывающего рекламируемую услугу.

Таким образом использованный в данном случае способ изложения необходимой для потенциального клиента информации не отвечал требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе. Единственным сообщенным условием ипотеки была лишь ставка 8% годовых. При этом не называлось лицо, с которым заключался договор об ипотеке, условия, при которых возможна ставка 8% годовых, не сообщались. Потенциальная же возможность получения необходимой информации при обращении к продавцу или лицу, оказывающему услугу, без возможности ее восприятия потребителями непосредственно в рекламе, не влияет на сам факт наличия нарушения вышеуказанных требования Закона о рекламе.

Таким образом, установлено, что в спорной рекламе отсутствовала часть существенных условий, соблюдение которых необходимо для возможности оформить ипотеку под 8% годовых, что может повлечь искажение смысла информации и введение в заблуждение потребителей, а также влиять на стоимость рекламируемой услуги.

Требование об указании в рекламе банковских услуг наименования лица, такие услуги оказывающего, направлено, в первую очередь, на дополнительную защиту потребителей рекламируемых услуг. В частности, указание конкретных реквизитов лица, оказывающего рекламируемые услуги, позволяет потребителю получить наиболее полную информацию о таком лице.

В соответствии с пунктом 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации, юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

Организационно правовые формы юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, установлены пунктом 2 статьи 50 Гражданского кодекса Российской Федерации и включают в себя хозяйственные товарищества и общества, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.

При этом в настоящем случае наименование банка отсутствовало вовсе, а равно в рассматриваемой рекламе отсутствует надлежащее наименование юридического лица, оказывающего рекламируемые услуги, включающие указание на его организационно-правовую форму.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в рассматриваемой рекламе установлен факт нарушения части 7 статьи 5, части 1, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель, ответственность за нарушение части 1 статьи 28 Закона о рекламе, в соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Спорная реклама распространялась на оборотных сторонах задней обложки (на последней странице, раздел «объявления; реклама») журналов «СЕМЬ ДНЕЙ ТВ-ПРОГРАММА» за 2016 год.

Согласно документам и сведениям, представленным в материалы дела, рассматриваемая реклама размещалась на основании последовательно заключенных договоров между ЗАО «Издательство Семь Дней», ООО «РА «Информ Экспресс» и АО «Баркли». При этом первоначальным заказчиком рассматриваемой рекламы является АО «Баркли», что лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

Таким образом лицом, определившим объект рекламирования, а равно рекламодателем рассматриваемой рекламы, является АО «Баркли».

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что размещение спорной рекламы осуществлялось в ряде номеров журнала «СЕМЬ ДНЕЙ ТВ-ПРОГРАММА». Учредителем и издателем данного журнала является ЗАО «Издательство Семь Дней», что подтверждается копией свидетельства о регистрации средства массовой информации, представленной в материалах дела, а также выходными данными журнала.

На основании изложенного и принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ЗАО «Издательство Семь Дней».

Таким образом, за нарушение в рассматриваемой рекламе части 1 статьи 28 Закона о рекламе несет ответственности как АО «Баркли», так и ЗАО «Издательство Семь Дней», за нарушение части 7 статьи 5, части 1, части 3 статьи 28 Закона о рекламе — АО «Баркли».

Согласно пункту 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.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ЗАО «Издательство Семь Дней», ООО «РА «Информ Экспресс» и АО «Баркли» предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Также, частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Согласно имеющимся в материалах дела документам и сведениям, спорная реклама распространялась в августе - сентябре 2016 года.

Таким образом, на момент вынесения резолютивной части решения срок давности привлечения к административной ответственности истек.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ЗАО «Издательство Семь Дней», АО «Баркли» нарушившими часть 1 статьи 28 Закона о рекламе при распространении на оборотных сторонах задней обложки (на последней странице, раздел «объявления; реклама») журналов «СЕМЬ ДНЕЙ ТВ-ПРОГРАММА» за 2016 год (в том числе №№ 49, 39, 38, 37, 36, 35, 34, 33) рекламы, в том числе финансовых услуг, «BARKLI медовая долина; квартиры» без указания лица, оказывающего рекламируемые услуги.

2. Признать АО «Баркли» нарушившим часть 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении на оборотных сторонах задней обложки (на последней странице, раздел «объявления; реклама») журналов «СЕМЬ ДНЕЙ ТВ-ПРОГРАММА» за 2016 год (в том числе №№ 49, 39, 38, 37, 36, 35, 34, 33) рекламы, в том числе финансовых услуг, «BARKLI медовая долина; квартиры», в которой отсутствует часть существенной информации, когда при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители, а также которая содержит одно из условий, влияющих на стоимость рекламируемых услуг, при этом умалчивает об иных условиях.

3. Выдать ЗАО «Издательство Семь Дней», ООО «РА «Информ Экспресс» и АО «Баркли» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об

административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>