



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

148, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а
31-55

тел. 50-

РЕШЕНИЕ №Р17/22-28

03.08.2017

г.

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:	<...>	- руководитель управления;
		- заместитель
Члены Комиссии:	<...>	руководителя отдела КСЗ,
		- специалист-эксперт
	<...>	отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р17/22-28, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в присутствии представителя ООО «И» (адрес места нахождения: <...>) и ООО «Н» (<...>) - <...> (доверенности № <...> от 20.07.2017г. и № <...> от 01.08.2017г. соответственно) представителем предъявлен паспорт,

УСТАНОВИЛА:

Тюменским УФАС России в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.06 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе), в соответствии с Положением о государственном надзоре в области

рекламы, утвержденным Постановлением правительства РФ № 1346 от 20.12.2012 г., в рамках реализации полномочий антимонопольного органа по государственному надзору за соблюдением законодательства РФ о рекламе, 19.04.2017 г. был выявлен факт размещения рекламы под наименованием «Тюменцам доступен земельный участок в ипотеку без первоначального взноса» 17 апреля 2017 09:00 участки, поселки», по адресу: <http://<...>.ru/text/newslines/287647193128960.html> на Интернет-сайте «<...>.RU».

В рассматриваемой рекламе указаны процентные ставки ипотечного кредита: при первоначальном взносе от 0 до 10% – 11,99% годовых, от 10% и более – всего 10,75% годовых, однако иные условия, определяющие стоимость кредита для заемщика не указаны.

Определением от 05.05.2017г. № Р17/22-28 возбуждено дело № Р17/22-28 по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «И» рассматриваемая рекламная информация распространялась в рамках агентского договора №<...> от 27.02.2017г., заключенного между ООО «И» (далее – Принципал) и ООО «Н» (далее – Агент). На основании договора Принципал поручает Агенту осуществлять комплекс действий по продвижению коттеджных поселков Принципала в целях осуществления Принципалом продажи принадлежащих ему земельных участков.

Согласно письменным пояснениям ООО «Н», рассматриваемая рекламная информация распространялась в рамках договора №<...> от 27.02.2017г., заключенного с ООО «Р».

По мнению ООО «Н», рассматриваемая реклама соответствует требованиям законодательства о рекламе.

Комиссия, заслушав представителя лиц, участвующих в деле и исследовав имеющиеся материалы дела, пришла к следующим выводам.

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, формирование или 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; *ненадлежащая реклама* - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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, **рассматриваемая информация является рекламой**, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе, где объектом рекламирования выступают рассрочка и ипотека.

Комиссия при рассмотрении дела учитывает, что законодательство о рекламе не содержит понятия финансовой услуги и финансовой организации. Соответственно, для положений Закона о рекламе возможно применение понятий и терминов, установленных в Федеральном законе №135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции).

Так, согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 г., 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 содержания 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.

Кроме того, само содержание спорной рекламы подтверждает ее направленность на привлечение внимания потенциальных покупателей, в том числе, и к возможности получения ипотечного кредита на приобретение объекта недвижимости. Таким образом, в рекламе предложены также и услуги ипотечного кредитования.

Таким образом, рассматриваемая реклама является также рекламой финансовой услуги – ипотечного кредита.

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)"

Исходя из части 4 статьи 6 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются с учетом особенностей, установленных настоящей статьей, следующие платежи заемщика:

- 1) по погашению основной суммы долга по договору потребительского кредита (займа);
- 2) по уплате процентов по договору потребительского кредита (займа);
- 3) платежи заемщика в пользу кредитора, если обязанность заемщика по таким платежам следует из условий договора потребительского кредита (займа) и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от совершения таких платежей;
- 4) плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа);
- 5) платежи в пользу третьих лиц, если обязанность заемщика по уплате таких платежей следует из условий договора потребительского кредита (займа), в котором определены такие третьи лица, и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от заключения договора с третьим лицом. Если условиями договора потребительского кредита (займа) определено третье лицо, для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) используются применяемые этим лицом тарифы. Тарифы, используемые для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа), могут не учитывать индивидуальные особенности заемщика. Если кредитор не учитывает такие особенности, заемщик должен быть проинформирован об этом. В случае, если при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа) платежи в пользу третьих лиц не могут быть однозначно определены на весь срок кредитования, в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются платежи в пользу третьих лиц за весь срок кредитования исходя из тарифов, определенных на день расчета полной стоимости потребительского кредита (займа). В случае, если договором потребительского кредита (займа) определены несколько третьих лиц, расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) может производиться с использованием тарифов, применяемых любым из них, и с указанием информации о лице, тарифы которого были использованы

при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа), а также информации о том, что при обращении заемщика к иному лицу полная стоимость потребительского кредита (займа) может отличаться от расчетной;

6) сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо, признаваемое его близким родственником;

7) сумма страховой премии по договору добровольного страхования в случае, если в зависимости от заключения заемщиком договора добровольного страхования кредитором предлагаются разные условия договора потребительского кредита (займа), в том числе в части срока возврата потребительского кредита (займа) и (или) полной стоимости кредита (займа) в части процентной ставки и иных платежей.

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.).

В рассматриваемой рекламе указаны процентные ставки ипотечного кредита: при первоначальном взносе от 0 до 10% – 11,99% годовых, от 10% и более – всего 10,75% годовых, однако иные условия, определяющие стоимость кредита для заемщика не указаны, следовательно, в рассматриваемой рекламе нарушены требования части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Требования части 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 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.

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).

В рассматриваемой рекламе указаны процентные ставки ипотечного кредита: при первоначальном взносе от 0 до 10% – 11,99% годовых, от 10% и более – всего 10,75% годовых, однако иные условия, определяющие стоимость кредита для заемщика не указаны, следовательно, в рассматриваемой рекламе отсутствует часть существенной информации для потребителя.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушение требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствуют условия определяющие стоимость кредита для заемщика, сведения об условиях предоставления кредита, что способно ввести в заблуждение потребителей рекламы относительно рекламируемых объектов.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламоатель.

Согласно п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламоатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Согласно п. 1.1 агентского договора № <...> от 27.02.2017 г., заключенного между ООО «И» (далее – Принципал) и ООО «Н» (далее – Агент), Принципал поручает Агенту осуществлять комплекс действий по продвижению коттеджных поселков Принципала в целях осуществления Принципалом продажи принадлежащих ему земельных участков.

Согласно п. 2.2.3. Агент обязуется обеспечивать продвижение коттеджных поселков Принципала любыми не запрещенными законом способами в целях повышения продаж земельных участков Принципала (распространение информации в сети Интернет, подготовка рекламных

материалов, обеспечение информирования потенциальных покупателей о земельных участках Принципала, взаимодействие с третьими лицами, которые могут привлечь дополнительных покупателей объектов Принципала, проведение рекламных акций и др.).

Согласно п. 1.1. договора № <...> от 27.02.2017 г., заключенного между ООО «Н» (далее – Заказчик) и ООО «Р» (далее – Исполнитель), Исполнитель размещает информационно-графические материалы Заказчика на всех Интернет-страницах в соответствии с заявкой Заказчика.

Согласно п. 4.1. договора №<...> , Заказчик несет полную ответственность за несоответствие содержания информационно-графических материалов, передаваемых Исполнителю для размещения, действующему законодательству РФ, а также за несоответствие действительности информации, используемой в представленных информационно-графических материалах.

Таким образом, материалами дела установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Н» (<...>).

Таким образом, в действиях ООО «Н», содержатся нарушения требований части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

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.

Вместе с тем, ответчиком не представлено документальных доказательств о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Н» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу под наименованием «Тюменцам доступен земельный участок в ипотеку без первоначального взноса» 17 апреля 2017 09:00 участки, поселки», размещенную на Интернет-сайте по адресу: <http://<...>.ru/text/newsline/287647193128960.html>, **ненадлежащей**, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Н» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме _____ года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель
комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>