

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена «21» августа 2013 г.

Решение в полном объеме изготовлено «04» сентября 2013 г.
Новосибирск

г.

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: Ю.В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 48, возбужденное в отношении Кредитного потребительского кооператива «Первая сберегательная касса Сибири» (ОГРН 1111901004104, ИНН 19011103853, юридический адрес: ул. Олеко Дундича, 3, , г. Новосибирск, 630110; далее – КПК «Первая сберегательная касса Сибири»), по факту размещения:

в феврале 2013 г. в региональных рекламных блоках телевизионного канала «Первый развлекательный СТС» информации, в том числе следующего содержания:

«Голос за кадром: Мечты о собственном жилье становятся реальностью. Первая сберегательная касса Сибири поможет правильно использовать Ваш капитал, не дожидаясь трехлетнего возраста Вашего малыша (Текстовая информация в кадре: «Услуга предоставляется только членам КПК «Первая сберегательная касса Сибири». Вступительный взнос 100 рублей. Предложение действительно до 30.04.2013 г.»);

на стр. 34 газеты «Соседи. Хроники местных событий» от 05 апреля 2013 г. № 12 информации, в том числе следующего содержания: «Став членом КПК ... Вы получаете возможность разместить денежный вклад с доходностью до 25% годовых!...», с признаками нарушения:

- п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе): недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

- п. 3 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая

содержит не соответствующие действительности сведения об условиях приобретения товара;

- ч.7 ст.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;

- п.2 ч.2 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг 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 присутствии:

1. «...»

У С Т А Н О В И Л А:

В рамках наблюдения за выполнением обязательных требований Закона о рекламе Новосибирским УФАС России установлено следующее.

В феврале 2013 г. в региональных рекламных блоках телевизионного канала «Первый развлекательный СТС» транслировалась информация, в том числе следующего содержания:

«Голос за кадром: Мечты о собственном жилье становятся реальностью. Первая сберегательная касса Сибири поможет правильно использовать Ваш капитал, не дожидаясь трехлетнего возраста Вашего малыша (Текстовая информация в кадре: «Услуга предоставляется только членам КПК «Первая сберегательная касса Сибири». Вступительный взнос 100 рублей. Предложение действительно до 30.04.2013 г.»);

на стр. 34 газеты «Соседи. Хроники местных событий» от 05 апреля 2013 г. № 12 рекламной информации, в том числе следующего содержания: «Став членом КПК ... Вы получаете возможность разместить денежный вклад с доходностью до 25% годовых!...».

Согласно п.1 ст.3 Закона о рекламе, реклама - 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. Рассматриваемая информация является рекламной, т.к. привлекает внимание неопределенного круга лиц к юридическому лицу - КПК «Первая сберегательная касса Сибири», а также осуществляемым данной организацией услугам, что в полной мере соответствует определению, указанному в Законе о рекламе.

Новосибирским УФАС России по факту распространения указанной рекламы было возбуждено дело по признакам нарушения пунктов 2 и 3 части 3, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

На рассмотрение дела Комиссией Новосибирского УФАС России представитель КПК не согласился с наличием нарушения, озвучил отзыв, в котором указывается следующее.

На основании ст. 835 ГК РФ, право на привлечение денежных средств во вклады имеют только банки, обладающие соответствующей лицензией. При этом, часть вторая данной статьи прямо предусматривает возможность принятия вклада от гражданина лицом, не имеющим на это права. В случае принятия вклада от гражданина лицом, не имеющим на это права, или с нарушением порядка, установленного законом или принятыми в соответствии с ним банковскими правилами, вкладчик может потребовать немедленного возврата суммы вклада, а также уплаты на нее процентов, предусмотренных статьей 395 настоящего Кодекса, и возмещения сверх суммы процентов всех причиненных вкладчику убытков.

В указанной статье, по мнению представителя КПК, речь идет о праве гражданина потребовать возврата денежных средств, но никак не обязанности.

То есть, законодательством не предусмотрено недействительности такого договора только на том основании, что субъектный состав данного договора не соответствует части первой ст. 835 ГК РФ.

Недействительность таких договоров возможна только в случае привлечения во вклады денежных средств лицом, не имеющим такого права, от юридических лиц.

Реклама, размещенная в газете «Соседи», обращена к физическим лицам, поскольку речь в ней идет об использовании материнского капитала.

Согласно ч. 1 ст. 4 и ч. 2 ст. 30 ФЗ «О кредитной кооперации», денежные средства от физических лиц привлекаются кооперативами по договорам передачи личных сбережений. Данные договоры при этом, заключаются на условиях возвратности, платности и срочности. Согласно ст. 834 ГК РФ, по договору банковского вклада, одна сторона (банк), принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму (вклад), обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты за нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором.

Таким образом, существенными условиями договора банковского вклада являются: 1. предмет, размер процентов, а также условия и порядок возврата вклада.

При этом, сама природа операций (прием личных сбережений физических лиц кредитным кооперативом и прием вклада банком от вкладчика) идентична и направлена на получение одним лицом денежных средств с последующим возвратом данных денежных средств с начисленными процентами тому лицу, от которого денежные средства были получены изначально.

Кроме того ГК РФ прямо предусматривает и иные виды вкладов: 1) вклад в уставный капитал, 2) вклад в договор простого товарищества, 3) имущественные вклады в хозяйственные общества, в том числе вклады в товарищество на вере и т.п.

Таким образом, по мнению КПК, позиция Новосибирского УФАС о том, что реклама

в газете «Соседи» содержит недостоверные сведения о природе оказываемых услуг, представляется несостоятельной.

Также представитель КПК указывает, что не согласен с тем, что в рекламной информации, размещенной в региональных рекламных блоках на телеканале «Первый развлекательный СТС», отсутствует часть существенной информации.

В связи с чем, представитель пояснил, что рекламная информация имеет два направления: - об услугах определенному кругу лиц, т.е. членам кооператива; - для тех, кто желает вступить в члены кооператива, указывая, каким может быть минимальный вступительный взнос.

При этом, КПК не обязан оглашать весь перечень предоставляемых услуг и консультировать в СМИ каким именно образом члены кооператива осуществляют передачу своих личных сбережений, в каком размере дополнительные членские взносы им предстоит осуществлять, какой размер компенсационных выплат, так как вся необходимая информация содержится в Уставе КПК, с которым каждый гражданин вправе ознакомиться при вступлении в КПК, а права и обязанности членов кредитных кооперативов (пайщиков) прописаны в Федеральном законе № 190-ФЗ от 18 июля 2009 года «О кредитной кооперации».

По мнению Комиссии Новосибирского УФАС России данные доводы являются ошибочными и противоречат фактическим обстоятельствам и материалам дела.

В соответствии с п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Согласно рекламе, размещенной в газете «Соседи. Хроники местных событий» от 05 апреля 2013 г. № 12, «Став членом КПК ... Вы получаете возможность разместить денежный вклад с доходностью до 25% годовых».

Исходя из содержания ст.4 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции":

- финансовая услуга - это 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;

- финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в т.ч. кредитный потребительский кооператив.

Ст. 116 Гражданского кодекса РФ (далее – ГК РФ) определено, что потребительским кооперативом признаётся добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путём объединения его членами имущественных паевых взносов.

Согласно п.2, ч. 3 ст.1 Федерального закона от 18.07.2009 N 190-ФЗ "О кредитной кооперации" (далее – ФЗ "О кредитной кооперации"), кредитный потребительский кооператив (далее - кредитный кооператив) - добровольное объединение физических и (или) юридических лиц на основе членства и по территориальному, профессиональному и (или) иному принципу в целях удовлетворения финансовых потребностей членов кредитного кооператива (пайщиков),

Исходя из содержания ч. 1 ст. 835 ГК РФ, право на привлечение денежных средств во вклады имеют банки, которым такое право предоставлено в соответствии с разрешением (лицензией), выданным в порядке, установленном в соответствии с законом.

Ст.5 Федерального Закона от 02.12.1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (далее - Закон «О банках и банковской деятельности»), привлечение денежных средств от физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определённый срок) также отнесено к банковским операциям.

Согласно абз.2 ст.1 указанного Закона, 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 счёт на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц имеет кредитная организация - банк.

В соответствии со ст.36 Закона «О банках и банковской деятельности», вклад - это денежные средства в валюте Российской Федерации или иностранной валюте, размещаемые физическими лицами в целях хранения и получения доходности. Доход по вкладу выплачивается в денежной форме в виде процентов. Вклад возвращается вкладчику по его первому требованию в порядке, предусмотренном для вклада данного вида федеральным законом и соответствующим договором. Вклады принимаются только банками, имеющими такое право в соответствии с лицензией, выдаваемой Банком России.

Таким образом, в соответствии с российским законодательством вклад является исключительно банковской операцией, обеспеченной государственными гарантиями, контролем и надзором со стороны органов власти. Организация, не являющаяся кредитной и не имеющая соответствующей лицензии, не вправе осуществлять, в том числе, такой вид банковских операций, как привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц. Соответственно, КПК осуществлять такие операции не имеют права.

Согласно материалам дела, Кредитный потребительский кооператив «Первая сберегательная касса Сибири» (ОГРН 1111901004104, ИНН 19011103853) не имеет выданных в установленном законодательством РФ порядке лицензий, в том числе на осуществление банковских операций. Основным видом деятельности указанного юридического лица в соответствии с Уставом является – организация процесса финансовой взаимопомощи членам КПК.

В соответствии с ч. 1 ст. 30 ФЗ "О кредитной кооперации", для осуществления предусмотренной частью 1 статьи 3 указанного Федерального закона деятельности кредитные кооперативы, членами которых являются физические лица, вправе привлекать денежные средства указанных лиц на основании

договоров передачи личных сбережений.

При этом, в рекламе указано: «... Вы получаете возможность разместить денежный вклад с доходностью до 25% годовых...». Т.е. соблюдены признаки определения «вклада», указанного в ст. 36 ФЗ «О банках и банковской деятельности».

Следовательно, рассматриваемая реклама, предлагая услугу по приёму вкладов, содержит недостоверные сведения о природе оказываемых услуг, поскольку фактически предусматривается приём личных сбережений пайщиков Кооператива, что указывает на признаки нарушения п.2 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч.7 ст.5 Законом 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.

В силу требований п.2 ч.2 ст. 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг 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.

Согласно условиям Договоров передачи личных сбережений члена КПК на условиях вклада «Премиальный», ставка компенсационных выплат (процентов) вкладчика на момент подписания указанного договора установлена 25%. При этом, при заключении договора вкладчик несет следующие расходы:

- дополнительный членский взнос в размере 0,5% от суммы вклада;

- дополнительный членский взнос в размере 1% от суммы получаемых денежных средств наличных денежных средств из касса КПК.

Данные условия отсутствуют в рекламе, размещаемой в газете «Соседи», однако существенно влияют на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, что также является существенной информацией.

Таким образом, указанные обстоятельства свидетельствуют о признаках нарушения ч. 7 ст. 5, ч.2 ст.28 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе, размещенной в феврале 2013 г. в региональных рекламных блоках на «Первый развлекательный СТС», указывается, в том числе, следующая информация: «...Первая сберегательная касса Сибири поможет правильно использовать Ваш капитал, не дожидаясь трехлетнего возраста Вашего малыша (Текстовая информация в кадре: «Услуга предоставляется только членам КПК «Первая сберегательная касса Сибири». Вступительный взнос 100 рублей...»).

В соответствии с Федеральным законом от 29.12.2006 N 256-ФЗ "О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей", материнский (семейный) капитал - средства федерального бюджета, передаваемые в бюджет Пенсионного фонда Российской Федерации на реализацию дополнительных мер государственной поддержки, установленных настоящим Федеральным законом;

государственный сертификат на материнский (семейный) капитал - именной документ, подтверждающий право на дополнительные меры государственной поддержки.

Ч. 1 ст. 10 Федерального закона от 29.12.2006 N 256-ФЗ, средства (часть средств) материнского (семейного) капитала в соответствии с заявлением о распоряжении могут направляться:

1) на приобретение (строительство) жилого помещения, осуществляемое гражданами посредством совершения любых не противоречащих закону сделок и участия в обязательствах (включая участие в жилищных, жилищно-строительных и жилищных накопительных кооперативах), путем безналичного перечисления указанных средств организации, осуществляющей отчуждение (строительство) приобретаемого (строящегося) жилого помещения, либо физическому лицу, осуществляющему отчуждение приобретаемого жилого помещения, либо организации, в том числе кредитной, предоставившей по кредитному договору (договору займа) денежные средства на указанные цели;

2) на строительство, реконструкцию объекта индивидуального жилищного строительства, осуществляемые гражданами без привлечения организации, осуществляющей строительство (реконструкцию) объекта индивидуального жилищного строительства, в том числе по договору строительного подряда, путем перечисления указанных средств на банковский счет лица, получившего сертификат.

Согласно представленным документам, в качестве одного из вариантов предоставления денежных средств под обеспечение сертификатом «материнского капитала», КПК заключает с заинтересованными лицами договоры займа.

В данной рекламе указывается, что услуга по использованию «материнского капитала» предоставляется только членам КПК, а вступительный взнос составляет 100 рублей.

Сертификат «материнского капитала» дает право его обладателю на получение денежной суммы установленной в соответствии с законодательством РФ на определенные цели.

Потребитель, изъявивший желание воспользоваться услугой по использованию материнского капитала, ознакомившись с рекламой, информируется о том, что услуга будет доступна только при оплате членского взноса в размере 100 рублей, а затем, став членом КПК, получит средства по сертификату «материнского капитала», предусмотренные законодательством РФ до достижения ребенком трехлетнего возраста. При этом информация о каких-либо дополнительных расходах отсутствует.

При этом, согласно договорам займа, заемщик кроме основной суммы займа должен дополнительно передавать КПК определенную плату:

- при выдаче наличных средств из кассы КПК заемщик уплачивает членский взнос в размере 1% от суммы выдачи;

- уплачивает ежемесячно проценты за пользование заемными средствами в

размере 25,5% годовых;

- вносит единовременный дополнительный членский взнос в размере 0,5% от суммы займа и ежемесячный дополнительный взнос в размере 1,5% в месяц от суммы займа.

Указанные дополнительные расходы, возникающие при использовании рекламируемых услуг, являются существенными и могут быть сравнимы либо превышать номинал сертификата по «материнскому капиталу». В то же время в рекламе имеется только информация о величине вступительного взноса (100 рублей), а прочая существенная информация отсутствует. При фактическом восприятии рекламы «...Первая сберегательная касса Сибири поможет правильно использовать Ваш капитал, не дожидаясь трехлетнего возраста Вашего малыша («Услуга предоставляется только членам КПК «Первая сберегательная касса Сибири». Вступительный взнос 100 рублей...») ввиду отсутствия части существенной информации, потребители получают неверное представление о расходах, которые возникнут при использовании рекламируемых услуг КПК, чем вводятся в заблуждение. Таким образом, реклама не отвечает требованиям ч.7 ст. 5 Закона о рекламе.

Нарушение требований п.3 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе Комиссией Новосибирского УФАС России не установлено.

Ответственность за нарушение требований, установленных п. 2 ч.3, ч.7 ст.5, ч.2 ст.28 Закона о рекламе несёт рекламодатель (ч.6 ст.38 Закона о рекламе).

Рекламодателем, согласно п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно ответам на запрос антимонопольного органа, представленным КПК "Первая сберегательная касса Сибири" (вх. № 4197 от 29.05.2013г., вх. № 4248 от 31.05.2013 г.), рассматриваемая рекламная информация размещалась на основании Договора № 20 (договор комплексного обслуживания) от 21.01.2013 г., заключенного между КПК (принципал) и ООО «Дельта-План Сибирь» (агент).

В соответствии с п. 1.1. указанного Договора агент обязуется за вознаграждения осуществить юридические и иные действия от своего имени, но за счет и по поручению принципала, в целях проведения программы комплексных мероприятий, направленной на продвижение торговой марки принципала: - оказание рекламных услуг по изготовлению видео и аудио материалов, рекламных материалов, сувенирной продукции; - услуги по размещению и распространению рекламы посредством размещения на средствах наружной рекламы, в СМИ, в Интернет, на других носителях рекламной информации; - услуги по проведению рекламных акций; - оказание иных рекламных услуг.

Согласно п.7.5 данного Договора, Агент не несет ответственность за содержание рекламных материалов, предоставленных принципалом, в том числе за соблюдение авторских и смежных прав, за нарушение принципалом Закона «О рекламе», за качество рекламируемых товаров и услуг.

Во исполнение указанного договора представлены: Акты сдачи приемки

оказанных услуг № 00067 от 28.02.2013 г., № 00066 от 28.02.2013 г., № 00030 от 31.01.2013 г., платежные поручения № 2 от 07.02.2013 г., № 5 от 22.02.2013 г.

В свою очередь, между ООО «Дельта-План Сибирь» (заказчик) и ООО «Видео Интернешнл-Новосибирск» (компания) заключен договор № 1301-392С от 01.01.2013 г., по которому заказчик поручает, а компания, действующая на основании соответствующего договора с соответствующим вещателем, обязуется обеспечить оказание заказчику в период с 01.01.2013 г. по 31.12.2013 г. услуг по проведению рекламной компании путем размещения рекламы в сетевых программных блоках и окнах регионального вещания ЭСМИ в соответствии с условиями настоящего договора.

Во исполнение данного Договора представлены: График фактического размещения рекламы КПК с 01.02.2013 г. по 28.02.2013 г., Акт № 474 об оказании услуг от 28.02.2013 г., Счет на оплату № 1194 от 30.01.2013 г., п/поручения № 149 от 04.02.2013 г., № 527 от 20.02.2013 г.

Также, между КПК и ООО «Юнитмедиа» (газета «Соседи. Хроники местных событий») заключен Договор № с-19.04/13 от 01.04 оказания рекламных услуг от 01.04.2013 г., согласно которому исполнитель (ООО «Юнитмедиа») обязуется по заявкам заказчика (КПК) в течение срока действия договора публиковать в газете рекламные материалы, представленные заказчиком.

Во исполнение указанного договора представлены: Акт сдачи-приемки рекламной информации от 01.04.2013 г., Акт № 4376 от 05.04.2013 г. сдачи приемки работ, согласованный макет рекламы, п/поручение № 25 от 03.04.2013 г.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламной информации является Кредитный потребительский кооператив «Первая сберегательная касса Сибири».

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать Кредитный потребительский кооператив «Первая сберегательная касса Сибири» (ОГРН 1111901004104, ИНН 19011103853, юридический адрес: ул. Олеко Дундича, 3, г. Новосибирск, 630110) нарушившим требования:

- п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке,

сроках службы, сроках годности товара;

- ч.7 ст.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.

- п.2 ч.2 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных 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,

а информацию, размещенную в феврале 2013 г. в региональных рекламных блоках на телевизионном канале «Первый развлекательный СТС», в том числе следующего содержания:

«Голос за кадром: Мечты о собственном жилье становятся реальностью. Первая сберегательная касса Сибири поможет правильно использовать Ваш капитал, не дожидаясь трехлетнего возраста Вашего малыша (Текстовая информация в кадре: «Услуга предоставляется только членам КПК «Первая сберегательная касса Сибири». Вступительный взнос 100 рублей. Предложение действительно до 30.04.2013 г.»)» (поскольку в ней нарушены требования: п. 2 ч. 3., ч. 7 ст. 5; п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе);

на стр. 34 газеты «Соседи. Хроники местных событий» от 05 апреля 2013 г. № 12, в том числе следующего содержания: «Став членом КПК ... Вы получаете возможность разместить денежный вклад с доходностью до 25% годовых!...» (поскольку в ней нарушены требования ч.7 ст. 5 Закона о рекламе), ненадлежащей рекламой.

2. Выдать КПК «Первая сберегательная касса Сибири» предписание об устранении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: Ю.В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела

рекламы

на основании своего решения от 04 сентября 2013 г. по делу № 48 о признании информации, размещенной в феврале 2013 г. в региональных рекламных блоках телевизионного канала «Первый развлекательный СТС», а также на стр. 34 газеты «Соседи. Хроники местных событий» от 05 апреля 2013 г. № 12, ненадлежащей рекламой,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Кредитному потребительскому кооперативу «Первая сберегательная касса Сибири» (ОГРН 1111901004104, ИНН 19011103853, юридический адрес: Олеко Дундича ул., 3, г. Новосибирск, 630110; далее – КПК «Первая сберегательная касса Сибири») в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого не допускать распространение рекламы с нарушением требований:

- п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

- ч.7 ст.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;

- п.2 ч.2 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных оказании 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 том числе рекламы, следующего содержания:

«Голос за кадром: Мечты о собственном жилье становятся реальностью. Первая сберегательная касса Сибири поможет правильно использовать Ваш капитал, не дожидаясь трехлетнего возраста Вашего малыша (Текстовая информация в кадре: «Услуга предоставляется только членам КПК «Первая сберегательная касса Сибири». Вступительный взнос 100 рублей. Предложение действительно до 30.04.2013 г.»);

«Став членом КПК ... Вы получаете возможность разместить денежный вклад с доходностью до 25% годовых!...».

2. КПК «Первая сберегательная касса Сибири» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания, в срок до «04» октября 2013 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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