

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 06-03-10/32

21 сентября 2010 года г. Мурманск

Резолютивная часть решения объявлена 17 сентября 2010 года.

Решение изготовлено в полном объеме 21 сентября 2010 года.

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

Председатель комиссии – Чеченина С.А.;

Члены комиссии: Калитина Н.А., Мороз С.В.,

рассмотрев материалы дела № 06-03-10/32 от 24.08.2010 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы ПО «Первое Мурманское общество взаимного кредита» в печатных средствах массовой информации Мурманской области, в присутствии представителей:

заявителя: Главное управление Банка России по Мурманской области – главного юрисконсульта юридического отдела;

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ПО «Первое Мурманское общество взаимного кредита» - председателя правления потребительского общества (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

Производство по делу № 06-03-10/32 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе было отложено 09.09.2010 в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило заявление Главного управления Центрального Банка России (Банк России) по Мурманской области по факту распространения в печатных средствах массовой информации г. Мурманска рекламы Потребительского общества «Первое Мурманское общество взаимного кредита» с признаками нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе).

Заявителем предоставлены образцы рекламы, распространявшейся в июне-июле 2010 года в газетах «Вечерний Мурманск» и «Ва-банкъ» следующего содержания: «Первое Мурманское общество взаимного кредита Вклады 21% годовых. Железно. ул. Героев Рыбачьего, д.51 ТЦ «Флагман» ул. Баумана, д.33 ТЦ «Евророс» пр. Ленина, 68, ул. Лобова, д.39 ТЦ «Евророс Восток» ул. П. Зори, д.42, м-н «Восход» тел. (7 8152) 45-88-77 www.pervoe-murmanskoe.ru».

По правому краю рекламного модуля очень мелким, бледным, трудночитаемым на темном фоне, шрифтом, вертикально по отношению к основному тексту, напечатана пояснительная надпись следующего содержания: «Отпечатано по заказу Потребительского общества «Первое Мурманское общество взаимного кредита» на правах рекламы, процентная ставка указана без учета налогов, для суммы от 500 тыс. рублей, при сроке размещения от 6 мес. Более подробную информацию Вы можете узнать по телефону или в офисе «Первого Мурманского» по адресу: Ленина, 68. Вклад – договор передачи личных сбережений. Для участия в программе необходимо стать пайщиком общества, уплатить вступительный и паевой взносы».

Текстовое содержание рекламы и её графическое оформление в обоих случаях одинаково.

По мнению заявителя, использование в рекламе потребительского общества термина «вклады» неправомерно, поскольку привлечение денежных средств во вклады является исключительно банковской операцией, требующей наличия

соответствующей лицензии. Рекламируемый объект не является по своей правовой природе вкладом, но фактически за него выдается, то есть реклама содержит недостоверные сведения о природе рекламируемого объекта.

Главное управление Банка России по Мурманской области считает, что цель рассматриваемой рекламы – привлечь потребителей высокой процентной ставкой, заставив их, с одной стороны, сравнивать её со ставками по банковским вкладам, которые в настоящее время не превышают, как правило, 11% годовых и имеют устойчивую тенденцию к дальнейшему снижению. С другой стороны, используя термин «вклады», Потребительское общество создает у них впечатление, что рекламируемое размещение денежных средств равнозначно как по условиям, так и по надежности, вкладам в банках. Использование в рекламе потребительского общества слова «вклады» может вводить потребителей рекламы в заблуждение относительно правовой природы предлагаемого к заключению договора.

Также заявитель указал, что реклама, сообщая размер процентной ставки, о других условиях (сумме, сроке), от которых зависит размер дохода, умалчивает. Потребительское общество «Первое Мурманское общество взаимного кредита» (далее – Общество, Первое Мурманское) в письменных пояснениях от 07.09.2010 с нарушениями с его стороны рекламного законодательства не согласилось, указав на то, что деятельность Общества по привлечению личных сбережений не подлежит лицензированию, договор передачи личных сбережений пайщика в пользование Общества нельзя рассматривать как договор банковского вклада. Использование слова «вклад» подразумевает несколько значений. Общество использовало слово «вклад» в значении «внести вклад в общее дело».

По мнению Общества, размещение условий рекламируемых услуг мелким шрифтом не влияет на адекватное (неискаженное) восприятие рекламы, так как реклама, размещенная в печатном издании, изучается потребителем в спокойной, не ограниченной по времени обстановке, что позволяет его внимательно прочитать и принять разумное решение.

Рассмотрев содержание рекламы, представленные документы и объяснения, комиссия установила следующее.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе в целях настоящего Федерального закона используются следующие понятия: 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; объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В рекламе привлекается внимание потребителей рекламы к самому Обществу и услуге, оказываемой Обществом, к специальному предложению «Вклады 21% годовых. Железно».

Рассматриваемая информация была адресована не именно членам Общества, а широкому неопределённому кругу физических лиц, вызывая у них желание обратиться в Общество, чтобы воспользоваться рекламируемыми услугами.

В соответствии с пунктом 7 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Согласно статье 1 Закона Российской Федерации «О потребительской

кооперации (потребительских обществах, их союзах в Российской Федерации) от 19.06.1992 № 3085-1 (далее - Закон о потребительской кооперации) потребительское общество - добровольное объединение граждан и (или) юридических лиц, созданное, как правило, по территориальному признаку, на основе членства путем объединения его членами имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов.

Потребительское общество создается за счет вступительных и паевых взносов, осуществляет торговую, заготовительную, производственную, посредническую и иные виды деятельности (статья 4 Закона о потребительской кооперации).

Потребительские общества вправе привлекать заемные средства от пайщиков и других граждан, осуществлять в установленном уставом порядке кредитование и авансирование пайщиков (статья 5 Закона о потребительской кооперации).

В соответствии с Уставом Первое Мурманское является некоммерческой организацией, добровольным объединением граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных с целью удовлетворения материальных и иных потребностей членов Общества, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов.

Согласно Уставу основными целями деятельности Общества являются содействие успеху деловых начинаний пайщиков Общества, улучшение, таким образом, их материального положения; обеспечение упрощенного доступа пайщиков к финансовым услугам с целью удовлетворения потребительских нужд.

В разделе VIII Устава определено, что личные сбережения – средства пайщиков Общества, переданные в фонд финансовой взаимопомощи на основании договора о приеме сбережений, заключаемого между обществом и пайщиком в письменной форме. Общество начисляет пайщику компенсацию за пользование его личными сбережениями.

В пояснительной надписи к рекламе указано, что вклад – договор передачи личных сбережений.

Первое Мурманское, не являясь кредитной организацией, осуществляет деятельность, не запрещенную законодательством - принимает заемные средства пайщиков, то есть оказывает услугу, не требующую лицензирования. Таким образом, в действиях Общества не усматриваются признаки нарушения пункта 7 части 7 Закона о рекламе.

В то же время из распространенной рекламной информации следует, что Общество принимает вклады от физических лиц.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 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.

Частью 1 статьи 834 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (далее – ГК РФ) установлено, что по договору банковского вклада (депозита) одна сторона (банк), принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму (вклад), обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты на нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором. Согласно части 1 статьи 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.

В соответствии со статьёй 5 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (далее - Закона о банках и банковской деятельности) к банковским операциям относится привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок).

Согласно второму абзацу статьи 1 Закона о банках и банковской деятельности 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, имеет кредитная организация - банк.

Статьей 36 этого же Закона определено, что вклад - это денежные средства в валюте Российской Федерации или иностранной валюте, размещаемые физическими лицами в целях хранения и получения дохода. 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.

Из указанных норм действующего российского законодательства следует, что термин «вклады» в рекламе могут использовать только банки, которым в соответствии с установленным порядком выдана лицензия на привлечение во вклады денежных средств физических лиц. Соглашение о передаче гражданами личных сбережений Обществу не может являться по своему правовому статусу вкладом (договором вклада). Таким образом, характеристика действий («вклад») по передаче личных сбережений не соответствует действительности.

Рекламируемый объект, не является по своей правовой природе вкладом, но фактически за него выдаётся. Комиссия согласилась с доводом Заявителя, что используя термин «вклады», Потребительское общество создает впечатление, что рекламируемое размещение денежных средств равнозначно как по условиям, так и по надежности, вкладам в банках.

Следовательно, реклама потребительского общества «Первое Мурманское общество взаимного кредита», содержащая информацию о вкладах, в соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, является недостоверной. Общество, не указав в рекламе информацию о том, что принимает заемные средства пайщиков (а не вклады), нарушило требования Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 5 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.

Из смысла части 7 статьи 5 Закона следует, что реклама должна содержать всю существенную информацию о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, способную сформировать у потребителя правильное (неискаженное, достоверное) представление о соответствующем товаре (услуге). При этом потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления об услуге при восприятии конкретного рекламоносителя.

Статьёй 15 Федерального закона от 07.08.2001 № 117-ФЗ «О кредитных потребительских кооперативах граждан» предусмотрено, что передача личных сбережений граждан в пользование кредитным потребительским кооперативам

осуществляется на основании договора о передаче кооперативу личных сбережений. Первое Мурманское является потребительским обществом, руководствуется в своей деятельности Законом «О потребительской кооперации», которым установлено, что он не распространяется на специализированные потребительские кооперативы, в том числе кредитные.

В то же время, Первое Мурманское в своих рекламных материалах, распространяемых в офисах Общества, позиционирует себя как участника финансового рынка Мурманской области, которое работает точно так же, как коммерческие банки, ПИФы или другие финансовые компании.

В рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

С точки зрения простоты визуального восприятия, в рамках рассматриваемого довода Первого Мурманского о том, что размер и расположение пояснительной надписи не влияют на восприятие информации, необходимо отметить, такие объективные признаки распространения спорной рекламы, как вертикальное расположение текста пояснительной надписи, занимающей незначительную часть рекламного модуля, очень мелкий, трудночитаемый шрифт пояснений, и напротив сочетание перечисленных признаков с крупным шрифтом основного текста рекламы о вкладах под 21 % годовых. Кроме того, расположение текста вертикально, по краю рекламного модуля, обычно предполагает не имеющую существенного значения информацию.

Между тем, в рекламе отсутствуют существенные условия оказания рекламируемой услуги, а именно: величина вступительного и паевого взносов; сумма вклада в течение действия договора не должна превышать 1 000 000 рублей; срок договора до 12 месяцев; с суммы дохода удерживается подоходный налог в размере 13 %.

Рассматривая в совокупности трудность восприятия текста пояснительной надписи и отсутствие части существенной информации о рекламируемой услуге, комиссия пришла к выводу, что данные обстоятельства могут привести к искажению смысла рекламы и способствуют введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой. Использование понятия «вклад» в рассматриваемой рекламе, также вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно порядка приема денежных средств и гарантии надежности их размещения.

Таким образом, в спорной рекламе отсутствует часть существенной информации, при этом искажается ее смысл, что вводит или может ввести потребителей рекламы в заблуждение.

Принимая во внимание то, что Первое Мурманское оказывая по сути финансовые услуги, в то же время, как потребительское общество, финансовой организацией не является, комиссия не усматривает в действиях Общества признаков нарушения пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Учитывая изложенное, вышеназванная реклама не соответствует требованиям пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5 и в соответствии со статьей 3 Закона реклама является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе в силу части 6 статьи 38 Закона возложена на рекламодателя.

ПО «Первое Мурманское общество взаимного кредита» не отрицает свой статус как рекламодателя спорной рекламы.

Обществом представлен экземпляр газеты «Ва-банкъ» от 04.09.2010 № 36 (746) с внесенными изменениями.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Первое Мурманское общество взаимного кредита Вклады 21% годовых. Железно. ул.Героев Рыбачьего, д.51 ТЦ «Флагман» ул.Баумана, д.33 ТЦ «Евророс» пр.Ленина, 68, ул.Лобова, д.39 ТЦ «Евророс Восток» ул.П.Зори, д.42, м-н «Восход» тел. (7 8152) 45-88-77 www.pervoe-murmanskoe.ru» потребительского общества «Первое Мурманское общество взаимного кредита», распространявшуюся в июне-августе 2010 года в печатных средствах массовой информации Мурманской области, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать рекламодателю ПО «Первое Мурманское общество взаимного кредита» (г.Мурманск, пр.Ленина, 68) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ПО «Первое Мурманское общество взаимного кредита».

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

Председатель комиссии: С.А.Чеченина

Члены комиссии: Н.А.Калитина, С.В.Мороз