

КПК «Резерв»

Куйбышева ул., д.54

г. Рубцовск, 656200

Алтайский край

Молодежная ул., д.28

г. Барнаул, 656015

info@urezerv.ru

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №022/05/28-552/2021

Решение принято 20 июля 2021 года

Решение изготовлено в полном объеме 21 июля 2021 года г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

<...> – врио заместителя руководителя управления,

члены Комиссии:

<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

<...> – специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело №022/05/28-552/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространении наружной рекламы финансовых услуг в г. Барнауле, в которой усматриваются признаки нарушения п. 1 ч.3 ст.5, ч.1 ст.28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодателя и рекламораспространителя – КПК «Резерв» в лице представителя <...> (Доверенность №2 от 13.01.2021г.),

УСТАНОВИЛА:

дело №022/05/28-552/2021 возбуждено по результатам мониторинга наружной рекламной информации в г. Барнауле по адресу: ул. Молодежная, д.28.

Лицом, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, признан КПК «Резерв». Рассмотрение дела назначено на 20.07.2021г.

КПК «Резерв» во исполнение определения о возбуждении дела, представлены

письменные пояснения, согласно которым между КПК «Резерв» и ИП <...> был заключен договор на изготовление рекламной наклейки на стекло. Согласно макету после слова «лучшие» стояла звездочка и сноска внизу с текстом «среди заемных продуктов КПК «Резерв». Таким образом, превосходную степень «лучшие» кооперативом планировалось использовать исключительно в контексте указания на внутренний приоритет кооператива в отношении пайщиков пенсионного возраста.

Монтаж был произведен собственными средствами КПК «Резерв», а именно водителем-экспедитором, без участия сотрудника, ответственного за рекламу, в связи со значительной удаленностью от непосредственного места работы в центральном офисе КПК «Резерв» в г. Рубцовске. Пленка с рекламой была наклеена с дефектом (смещена вниз и вправо) и существенные сведения были срезаны.

По факту использования фразы «самый крупный кооператив в Алтайском крае» КПК «Резерв» сообщил, что согласно Государственному реестру кредитных потребительских кооперативов, являющимся официальным источником информации, размещенным на сайте Центрального Банка России, КПК «Резерв» - единственный кооператив в Алтайском крае имеющий более 3000 пайщиков (по состоянию на 12.07.2021г. – 24500 пайщиков).

На заседании Комиссии <...>, письменные пояснения, представленные КПК «Резерв» поддержала в полном объеме, дополнительно сообщив, что по факту использования в рекламе фразы «лучшие условия» после слова «лучшие» стояла звездочка и сноска внизу с текстом «среди заемных продуктов КПК «Резерв», однако при монтаже наклейки на окно, макет был смещен, вследствие чего, текст «среди заемных продуктов КПК «Резерв» был срезан; по факту использования фразы «самый крупный кооператив Алтайского края» представитель сообщила, что КПК «Резерв» действительно является самым крупным в Алтайском крае, что подтверждается Государственным реестром кредитных потребительских кооперативов, размещенным на официальном сайте Центрального Банка России. Также <...> указала, что услуги КПК «Резерв» предоставляются только пайщикам кооператива.

Комиссия, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, а также заслушав представителя КПК «Резерв» - <...>, пришла к следующим выводам.

Согласно материалам дела, 25.06.2021г. Алтайским краевым УФАС России установлен факт размещения и распространения в г. Барнауле по адресу: ул. Молодежная, д.28, на окнах КПК «Резерв» рекламной информации следующего содержания: «ПЕНСИОНЕРАМ выдача наличными в день обращения лучшие условия»; «самый крупный кооператив Алтайского края ЗАЙМЫ работающим на развитие бизнеса под залог автомобиля РАБОТАЕМ с 2001 ГОДА»; «ИПОТЕКА законно! надежно! С погашением средствами материнского капитала».

В соответствии со ст.3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Согласно п.2 ст.3 Федерального закона «О рекламе» 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.

Обозначенная выше информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к финансовым услугам (займы), предоставляемые КПК «Резерв».

Согласно п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В рекламе используются словосочетания: «лучшие условия», «самый крупный кооператив Алтайского края».

Используемая в рекламной информации превосходная степень слова «лучшие», однозначно указывает, что условия КПК «Резерв» являются самыми лучшими среди условий иных финансовых организаций г. Барнаула, также информация «самый крупный кооператив Алтайского края» однозначно указывает, что КПК «Резерв» является самым крупным кооперативом среди иных кооперативов Алтайского края.

В соответствии с пунктом 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «самый вкусный», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В тексте рекламы «ПЕНСИОНЕРАМ выдача наличными в день обращения лучшие условия», критерий, по которому можно было бы считать достоверной информацию «лучшие условия», отсутствует.

В информации «самый крупный кооператив Алтайского края», несмотря на то, что КПК «Резерв» представлены доказательства достоверности данной информации в виде сведений из Государственного реестра кредитных потребительских

кооперативов, критерий достоверности не указан.

Федеральным законом «О рекламе» установлены особенности рекламы отдельных видов товаров (услуг), в частности рекламы финансовых услуг.

Под финансовой услугой законодательство Российской Федерации понимает банковскую услугу, страховую услугу, услугу на рынке ценных бумаг, услугу по договору лизинга, а также услугу, оказываемую финансовой организацией и связанную с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Согласно ч.1 ст.28 Федерального 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 со ст.54 Гражданского кодекса Российской Федерации, юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на организационно-правовую форму, а в случаях, когда законом предусмотрена возможность создания вида юридического лица, указание только на такой вид. Наименование некоммерческой организации и в предусмотренных законом случаях наименование коммерческой организации должны содержать указание на характер деятельности юридического лица.

В рекламе «ЗАЙМЫ работающим на развитие бизнеса под залог автомобиля» и «ИПОТЕКА законно! надежно! С погашением средствами материнского капитала» наименование или имя лица, оказывающего финансовые услуги, отсутствует.

Более того, в соответствии с п.2 ч.3 ст.1 Федерального закона от 18.07.2009г. №190-ФЗ «О кредитной кооперации», кредитный потребительский кооператив - основанное на членстве добровольное объединение физических и (или) юридических лиц по территориальному, профессиональному и (или) социальному принципам, за исключением случая, установленного частью 3 статьи 33 настоящего Федерального закона, в целях удовлетворения финансовых потребностей членов кредитного кооператива (пайщиков)

Следовательно, рекламируемые услуги КПК «Резерв» предоставляются только членам кооператива. Данная информация является существенной и ее необходимо указывать при размещении рекламы.

Согласно ч.7 ст.5 Федерального 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.

Таким образом, Комиссия антимонопольного органа приходит к выводу, что реклама: «ПЕНСИОНЕРАМ выдача наличными в день обращения лучшие условия»; «самый крупный кооператив Алтайского края ЗАЙМЫ работающим на развитие бизнеса под залог автомобиля РАБОТАЕМ с 2001 ГОДА»; «ИПОТЕКА законно! надежно! С погашением средствами материнского капитала», размещена и

распространена с нарушением п.1 ч.3, ч.7 ст.5, ч.1 ст.28 Федерального закона «О рекламе», в виду того, что в рекламе не указан критерий, по которому осуществляется сравнение при использовании фраз «лучшие условия» и «самый крупный кооператив Алтайского края», а также отсутствует часть существенной информации и наименование или имя лица, оказывающие финансовые услуги.

Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требования п.1 ч.3, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, за нарушение требований ч.1 ст.28 настоящего Федерального закона несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель

Антимонопольным органом установлено, что предпринимательскую деятельность по адресу: г. Барнаул, ул. Молодежная, д.28, осуществляет Кредитный потребительский кооператив «Резерв» (КПК «Резерв», ИНН 2209023910, ОГРН 1022200815812, адрес: Алтайский край, г. Рубцовск, ул. Куйбышева, д.54), следовательно КПК «Резерв» является и рекламодателем и рекламораспространителем.

В соответствии с п.49 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, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

КПК «Резерв» представлены фотоснимки, в соответствии с которыми реклама «ПЕНСИОНЕРАМ выдача наличными в день обращения лучшие условия» с окна удалена.

На основании изложенного и руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пп.42-47, п.49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «ПЕНСИОНЕРАМ выдача наличными в день обращения лучшие условия»; «самый крупный кооператив Алтайского края ЗАЙМЫ работающим на развитие бизнеса по залог автомобиля РАБОТАЕМ с 2001 ГОДА»; «ИПОТЕКА законно! надежно! С погашением средствами материнского капитала», размещенную и распространенную на окнах КПК «Резерв» по адресу: г. Барнаул, ул. Молодежная, д.28, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.1 ч.3, ч.7 ст.5, ч.1 ст.28 Федерального закона «О рекламе».
2. Вынести КПК «Резерв» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского

краевого УФАС России, для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ст.14.3 КоАП РФ.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>