РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №11765(2)-15/8

«06» апреля 2016г. г. Самара

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

Председатель Комиссии — Шабанова М.А.,

Члены Комиссии — Фомина Е.О.,

Симонова Т.А.,

рассмотрев дело №11765(2)-15/8, возбужденное Управлением Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее - Самарское УФАС России) по обращению И. Р.Д. (вх. №791-гр от 03.11.2015 года), в отношении КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» по признакам нарушения пункта 12 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ (далее — ФЗ «О рекламе»),

в присутствии представителей:

заявитель – И. Р.Д. не явился, ходатайств не заявлял (уведомлялся о времени и месте рассмотрения дела Определением об отложении дела №11765(2)-15/8 (исх. №1944-1/8 от 10.03.2016г.);

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» представитель по доверенности С. Е.Н (уведомлялся о времени и месте рассмотрения дела Определением об отложении дела №11765(2)-15/8 (исх.№1944-1/8 от 10.03.2016г.);

заинтересованное лицо – ЗАО «Редакция газеты «Презент» представитель не явился, ходатайств не заявлялось (уведомлялось о времени и месте рассмотрения дела Определением об отложении дела №11765(2)-15/8 (исх.№1944-1/8 от 10.03.2016г.);

эксперта – ———

переводчика – ———

УСТАНОВИЛА:

В адрес Самарского УФАС России поступило обращение И. Р.Д. (вх. №791-гр от 03.11.2015 года), в котором сообщается о том, что в действиях КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» при размещении рекламы в рекламно-информационной газете «Презент» №103(4495) от 21.09.2015 года содержатся признаки нарушения пункта 12 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе».

Согласно доводам заявления в тексте рекламы имеется указание на то, что сбережения застрахованы в системе страхования сбережений ОВС «Народные кассы».

Согласно информации с официального сайта системы страхования сбережений ОВС «Народные кассы» - http://ovsnk.ru/ КПК «Касса взаимопомощи» с ОГРН 11506324001899 не является участником данной системы страхования сбережений.

Часть 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» предусматривает, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 ФЗ «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.

Следовательно, вышеназванная реклама, по мнению Заявителя, нарушает требования законодательства РФ о рекламе.

В соответствии со статьей 3 ФЗ "О рекламе" реклама - это 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.

Проанализировав содержание информации, распространенной кооперативом в рекламно-информационной газете «Презент» №103(4495) от 21.09.2015г, с учетом ее размещения, установлено, что данная информация является рекламой, поскольку опубликование информации об услугах, которые оказывает кооператив, привлекает внимание к кооперативу как объекту рекламирования и оказываемым им услугам, формирует поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, адресована неопределенному кругу лиц.

Реклама по способу ее доведения свидетельствует о цели размещения - привлечении внимания неопределенного круга лиц, которые могут стать пайщиками и воспользоваться услугой.

Таким образом, указанная реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги и на заключение договора по накоплению личных сбережений с указанными в рекламе условиями.

Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с кооперативом по заключению договора на определенных рекламой условиях.

При рассмотрении дела Самарским УФАС России установлено следующее.

1.Самарским УФАС России установлено, что данную рекламу размещал КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» , что подтверждается рекламно-информационной газетой «Презент» №103(4495) от 21.09.2015 года, договором на оказание услуг №388Р от 01.07.2015г., представленными по запросу антимонопольного органа.

2.В части проверки доводов заявителя Самарским УФАС России был осуществлен запрос информации в адрес НО ОВС «Народные кассы», согласно ответу которого (вх.№8108-з от 11.11.2015г.) КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» являлся членом ОВС «Народные кассы». Однако, страхование сбережений в ОВС «Народные кассы» не осуществлял.

При этом КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» в вышеназванной рекламе указывал, что сбережения застрахованы НО ОВС «Народные кассы» и использовал элементы, индивидуализирующие НО ОВС «Народные кассы». Таким образом, данная реклама вводит её потребителей в заблуждение относительно имеющегося у КПК способа обеспечения взятых обязательств.

Согласно письменным пояснениям (вх.№1158-з от 25.02.2016г.) представленным в адрес Самарского УФАС России, кооператив поясняет, что 03.04.2015г. КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» был принят в члены Некоммерческой организации Общество взаимного страхования «Народные касса», что подтверждается соответствующим свидетельством (серия ОВС №2015/03, выданное 03.04.2015г. НП ОВС «Народные кассы»). Однако, страхование средств в ОВС «Народные кассы» не осуществлял.

12.01.2016г. КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» заключен договор страхования ответственности кредитных кооперативов за нарушение договоров передачи личных сбережений СИ №01000008 от 12.01.2016г. с АО «СК «Юпитер-М» (295017, г.Симферополь, ул.Комсомольская, д.6, ИНН 9102045208), что подтверждает страховой сертификат (серия СИ №01000008).

При этом наличие признаков нарушения КПК «Касса Взаимопомощи» законодательства Российской Федерации о рекламе признал.

Таким образом, на момент размещения в рекламно-информационной газете «Презент» №103(4495) от 21.09.2015 года рекламы следующего содержания: КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» Сбережение «Победа» 24,75% годовых. Проценты ежемесячно. Вкладчикам подарки! Сбережения застрахованы до 1400 000руб. ул.Автростроителей, 59б, т.555-614, ул. Мира, 92, т.37-80-62, 37-80-66, ул. Ярославская, 10, т.555-908, 89376600400» КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» не осуществляла страхование сбережений граждан, являющихся членами данного КПК, соответственно информация о том, что сбережения застрахованы, является

недостоверной и вводящей потребителей в заблуждение, что свидетельствует о наличии нарушения п. 2 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», поскольку данная реклама содержит не соответствующие действительности сведения о рекламируемом товаре (услуге).

3.Кроме того, Комиссией Самарского УФАС России установлены иные признаки нарушения рекламного законодательства, а именно нарушения, предусмотренные частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», в части указания в рекламе фразы «вкладчикам подарки», «сбережение «победа» 24,75% годовых».

Распространенная кооперативом реклама содержит часть сведений об условиях договора финансовых услуг, влияющих на его стоимость, следовательно, реклама должна соответствовать требованиям статьи 28 ФЗ "О рекламе".

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ "О рекламе" реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

К условиям, влияющим на сумму доходов, относятся: минимальная сумма личных сбережений, их срок размещения, процентная ставка, возможность пополнения, минимальный размер дополнительного взноса, периодичность начисления процентов, наличие или отсутствие капитализации, изменение процентной ставки внутри срока договора, процентная ставка при досрочном востребовании личных сбережений, периодичность выплаты процентов, иные условия, если их включение в договор может повлиять на сумму денежных средств, которую пайщик должен получить по договору передачи личных сбережений, удержания кооперативом подоходного налога с начислением целевых компенсационных выплат по договору о приеме личных сбережений в соответствии с налоговым законодательством, срок выплаты денежных средств.

Согласно пункту 28 Постановления пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 г. N 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. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Поскольку распространенная кооперативом реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы.

Вместе с этим, возможность потенциальных потребителей финансовых услуг ознакомиться с существенными условиями рекламируемой услуги по привлечению сбережений членов кооператива по телефону или на сайте, на что указано в

спорной рекламе, не заменяет обязанности по распространению существенных условий договора оказания финансовой услуги, отсутствие которых способно ввести потребителей в заблуждение относительно рекламируемого продукта.

Поскольку по смыслу пункта 1 статьи 3 ФЗ "О рекламе" реклама адресована неопределенному кругу лиц, в число потенциальных потребителей объекта рекламирования входят лица, не имеющие возможности ознакомления с информацией по телефону или на сайте. Следовательно, указание телефона или сайта не может освободить рекламодателя от исполнения обязанности по соблюдению требований ФЗ "О рекламе" при размещении рекламы финансовых услуг.

Частью 7 статьи 5 ФЗ "О рекламе" установлено, что 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 рекламе визуально показывается процентная ставка по сберегательной программе - 24,75%.

Таким образом, указание в рекламе только одного условия - максимальной возможной процентной ставки годовых (24,75%) без указания сведений о сумме принимаемых сбережений, сроках размещения сбережений - является неполной информацией об условиях, влияющих на окончательную сумму доходов, которую рассчитывает получить потребитель при заключении договора по любому виду программы.

Отсутствие в рекламе информации об условиях, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, вводит в заблуждение относительно стоимости товара, что является нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ "О рекламе".

4.Часть 1 статьи 3 ФЗ «О кредитной кооперации» устанавливает, что кредитный кооператив является некоммерческой организацией. Деятельность кредитного кооператива состоит в организации финансовой взаимопомощи членов кредитного кооператива (пайщиков) посредством:

1)объединения паенакоплений (паев) и привлечения денежных средств членов кредитного кооператива (пайщиков) и иных денежных средств в порядке, определенном настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами и уставом кредитного кооператива;

2)размещения указанных в пункте 1 части 1 статьи 3 ФЗ «О кредитной кооперации» денежных средств путем предоставления займов членам кредитного кооператива (пайщикам) для удовлетворения их финансовых потребностей.

Пунктом 2 статьи 4 Федерального Закона от 26.07.2006г. №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – ФЗ «О защите конкуренции») установлено, что финансовая услуга - 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.

Из статьи 36 Федерального закона «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990г. №395-1-ФЗ (далее — ФЗ «О банках и банковской деятельности») следует, что вклады принимаются только банками, имеющими такое право в соответствии с лицензией, выдаваемой Банком России, участвующими в системе обязательного страхования вкладов физических лиц в банках и состоящими на учете в организации, осуществляющей функции по обязательному страхованию вкладов.

В тексте указанной выше рекламы имеется указание «вкладчикам подарки», то есть подразумевается получение от членов кооператива вкладов, что противоречит нормам ФЗ «О кредитной кооперации» и ФЗ «О банках и банковской деятельности» и вводит в заблуждение потенциальных потребителей в отношении перечня услуг, оказываемых данным кооперативом, поскольку открытие вклада является банковской операцией. В свою очередь, КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» не является банком, следовательно, не в праве привлекать средства физических лиц во вклады.

Таким образом, указание в рекламе фразы «вкладчикам подарки» является нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, размещенная в рекламно-информационной газете «Презент» №103(4495) от 21.09.2015 года реклама следующего содержания: «КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» Сбережение «Победа» 24,75% годовых. Проценты ежемесячно. Вкладчикам подарки! Сбережения застрахованы до 1400 000руб. ул. Автростроителей, 59б, т.555-614, ул. Мира, 92, т.37-80-62, 37-80-66, ул. Ярославская, 10, т.555-908, 89376600400», в нарушение части 7 статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» содержит не соответствующие действительности сведения о рекламируемом товаре (услуге), умалчивает об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а так же вводит потенциальных потребителей рекламы в заблуждение в части указания фразы «вкладчикам подарки».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3 статьи 5, пунктом 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

На основании вышеизложенного и руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1.Признать ненадлежащей рекламу КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ», распространенную в рекламно-информационной газете «Презент» №103(4495) от

21.09.2015 года следующего содержания: «КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» Сбережение «Победа» 24,75% годовых. Проценты ежемесячно. Вкладчикам подарки! Сбережения застрахованы до 1400 000руб. ул.Автростроителей, 59б, т.555-614, ул. Мира, 92, т.37-80-62, 37-80-66, ул. Ярославская, 10, т.555-908, 89376600400», поскольку она содержит нарушение требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

2.Выдать КПК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ» предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе.

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

Резолютивная часть решения оглашена 23 марта 2016г.

Решение изготовлено в полном объеме 06 апреля 2016г.

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

Председатель Комиссии М.А. Шабанова

Члены Комиссии Е.О. Фомина

Т.А. Симонова