

## РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/28-209/2023

04 апреля 2023 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

руководитель управления;

Члены Комиссии:

начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/28-209/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения КПК «Добрый город» (ИНН 2721242433, место осуществления деятельности: г. Хабаровск, ул. Дзержинского, 65, оф. 404) рекламы с нарушением требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии председателя правления КПК «Добрый город» - гр\*,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю 24 февраля 2023 года на телеканалах «Мир» в региональных блоках отслежена реклама (15 секунд) КПК «Добрый город» следующего содержания:

**Звуковая информация:**

*«Добрый город предлагает действительно выгодные финансовые продукты, с которыми банки просто не могут конкурировать. Ставка всегда выше, чем в банках. 14,5% годовых для ваших сбережений. С нами всегда в плюсе».*

### **Визуальная информация:**

Крупным шрифтом:

*«14,5%, выше, чем в банках. «Добрый город» кредитный потребительский кооператив. Дзержинского,65, БЦ «Феликс сити», оф. 404. 8(4212) 63 37 63 Хабаровск».*

Мелким шрифтом (с 08 по 15 секунды):

*«Кредитный потребительский кооператив «Добрый город». Режим работы: Пн-Пт 10.00-19.00. Рекламируемые услуги предоставляются только членам кредитного кооператива. Членство в кооперативе повлечет дополнительные расходы. С условиями членства можно ознакомиться на сайте кпкдобрыйгород.рф. Программа сбережений «Максимум» -14.5% годовых. Условия: сумма от 100 000 рублей, срок от 3 до 6 месяцев. Процент начисляется ежемесячно перечислением на указанные реквизиты либо получением начисленных процентов наличными в дату начисления. Возможность частичного изъятия и пополнения отсутствует».*

Реклама распространялась с 22 февраля по 05 марта 2023 года в региональных блоках на телеканалах: Мир, Звезда, ТВЦ.

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 распространенной кооперативом информации, с учетом ее размещения, установлено, что таковая является рекламой, поскольку распространение информации об услугах, которые оказывает кооператив, привлекает внимание к кооперативу как объекту рекламирования и оказываемых им услугах, формирует поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, адресована неопределенному кругу лиц.

Таким образом, реклама направлена на мотивацию потребителя на выбор услуги и на заключение договора по накоплению личных сбережений с указанной в рекламе процентной ставкой. Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с кооперативом по заключению договора на определенных рекламой условиях.

Создавая привлекательные условия возможности по заключению договоров, реклама стимулирует население для обращения в кооператив для заключения указанного договора.

В соответствии со статьей 4 Федерального закона «О защите конкуренции» 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; финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в том числе кредитный потребительский кооператив.

Таким образом, кредитный потребительский кооператив граждан вправе оказывать финансовые услуги и в случае рекламирования названных услуг должен соблюдать требования Закона о рекламе.

В рекламе указывается процентная ставка по сберегательной программе, то есть, дано одно из условий договора, влияющее 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 получают 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.

Процентная ставка по программе озвучивается и крупно показывается в рекламе.

Информация об иных условиях сберегательной программы формально присутствует в рекламе. Однако данные сведения выполнены мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, транслируются короткое время, что делает невозможным их восприятие и вводит потребителя в заблуждение относительно условий по рекламируемым сбережениям.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе сведений об иных условиях программы, влияющих на сумму доходов, помимо крупно указанной в рекламе информации о процентной ставке, форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Отсутствие в рекламе информации об условиях сберегательной программы, вводит в заблуждение относительно стоимости товара,

что является нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как ограниченное время считывания информации, объем информации, размещенной в рекламе, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя получить полный текст (информацию) рекламы.

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно, усматривается при визуальном просмотре текста рекламы.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написанная крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы финансовых услуг, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях принятия личных сбережений, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

Таким образом, в нарушение требований приведенных выше норм законов указанные условия, являющиеся существенной информацией для потенциальных потребителей, в рекламе не указаны.

В процессе рассмотрения дела представитель кооператива согласился с выявленным нарушением.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статей 5 и 28 Закона несет рекламоделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламоделем, в интересах которого распространялась реклама, является КПК «Добрый город»,

определившее объект рекламирования и содержание рекламы.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу *«Добрый город предлагает действительно выгодные финансовые продукты, с которыми банки просто не могут конкурировать. Ставка всегда выше, чем в банках. 14,5% годовых для ваших сбережений. С нами всегда в плюсе...»*, распространяемую КПК «Добрый город» в региональных блоках на телеканалах ТВЦ, Звезда, Мир с 22 февраля по 05 марта 2023 года, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».
2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе КПК «Добрый город» не выдавать в связи с окончанием срока распространения рекламы.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 04 апреля 2023 года.

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