

РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/44

03 июня 2015 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:

... – заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии:

... – начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

... – главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

рассмотрев дело № 4-05/44 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», выразившегося в размещении рекламы финансовых услуг,

в присутствии представителя КПК «Приамурье» ... (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 21 апреля 2015 года отслежена реклама КПК «Приамурье» (15 секунд), распространяемая на телеканале «Россия - 1», следующего содержания:

звуковая информация:

«Этого не может быть! КПК «Приамурье» предлагает сберегательную программу «Доход сразу!». Проценты за год получи вперед. «Приамурье» воплощаем мечты с Вами и для Вас! 45 -49 – 97».

визуальная информация:

крупным шрифтом:

«свидетельство о регистрации № 11 12722008272. www.priamurie-khv.ru. Приамурье

кредитный потребительский кооператив. «Доход сразу!» 23, 75%. Приамурье кредитный потребительский кооператив. Ул. Постышева, 16, оф. 205, ул. Льва Толстого, 22, оф. 140 (ДК Профсоюзов), 45-49-97, 46-12-20».

мелким шрифтом (с 3 секунды):

«Минимальная сумму сбережений -10 000 руб., выплата процентов – сразу, после заключения договора, пополнение, капитализация, пролонгация, частичное снятие – не предусмотрено, ставка 23, 75% годовых. Срок – 12 месяцев. Досрочное расторжение по заявлению за 10 рабочих дней до даты выплаты; проценты пересчитываются по ставке 10, 3%, ранее выплаченные проценты удерживаются из суммы личных сбережений. Из суммы начисленных процентов удерживается НДФЛ. Программой могут воспользоваться исключительно пайщики кооператива. Вступительный взнос – 50 руб., обязательный – 150 руб. Сбережения застрахованы в ООО СК «Диамант».

Срок распространения рекламы с 18 по 24 апреля 2015 года.

Кроме того, реклама распространялась с 18 по 24 апреля 2015 года в эфире телеканалов «Петербург -5 канал г. Хабаровск» и «ТВ Центр Хабаровск».

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, с учетом ее размещения в средствах массовой информации, установлено, что таковая является рекламой, поскольку информация 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.

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

Таким образом, 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 рекламных условиях.

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.

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.

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 и озвучивается информация, что выплата процентов за год производится сразу.

Однако остальные условия, такие как: минимальная сумма сбережений, срок программы, отсутствие пополнения, капитализации, пролонгации, частичного снятия, досрочное расторжение по заявлению за 10 рабочих дней до даты выплаты, проценты пересчитываются по ставке 10,3%, ранее выплаченные проценты удерживаются из суммы личных сбережений, из суммы начисленных процентов удерживается НДФЛ, что программой могут воспользоваться исключительно пайщики кооператива недоступны для восприятия потребителю.

Сведения об указанных условиях формально присутствует в рекламе. Однако в

рекламе данные сведения транслируются короткое время и мелким шрифтом, что не позволяет потребителю воспринимать информацию, чем вводят потребителя в заблуждение.

Указанная информация должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими условиями, так как она может существенно повлиять на сумму доходов по договору.

Данные обстоятельства указывают на то, что у потребителей рекламы затруднена возможность прочесть и воспринять всю информацию о рекламном продукте, а, следовательно, свидетельствуют о том, что, несмотря на формальное присутствие в рекламе сведений обо всех условиях оказания соответствующей услуги, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются, следовательно, приравниваются к их отсутствию.

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

Таким образом, реклама КПК «Приамурье», распространявшаяся на телеканалах «Россия 1», «Петербург -5 канал г. Хабаровск» и «ТВ Центр Хабаровск» противоречит части 7 статьи 5, пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела представитель кооператива указала, что реклама соответствует требованиям законодательства, вся информация в рекламном ролике представлена полно и доступно. Кроме того, подобная реклама размещена и в газетах, где соблюдены требования законодательства.

Данные доводы не принимаются по следующим основаниям.

1. В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама - это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Применяемое Заявителем в рекламе время трансляции рекламы должно обеспечивать восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи.

В рассматриваемой рекламе выделено наиболее привлекательное для потребителя условие: процентная ставка. Иные условия, необходимые потребителю для принятия осознанного решения по оформлению личных сбережений, написаны более мелким шрифтом и транслируются короткое время, следовательно, прочесть и, тем более, уяснить указанные условия не представляется возможным.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяют потребителю воспринимать данные сведения, и не может расцениваться как их наличие. Следовательно, Заявитель умолчал об иных условиях оказания

соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, когда в рекламе сообщалось одно из условий.

Отсутствие в Законе нормы, определяющей размер шрифта рекламных надписей, не свидетельствует о том, что они могут быть любыми, поскольку это противоречит положениям статьи 5 Закона относительно добросовестности и достоверности рекламы, которая не должна вводить в заблуждение потребителя.

Антимонопольный орган пришел к выводу о том, что потребители рекламы не имеют возможности ознакомиться с указанными в рекламе сведениями обычным способом без использования специальных средств и в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации.

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

2. Каждое средство распространения рекламы является самостоятельным. И при любом средстве распространения должны соблюдаться требования, предъявляемые к рекламе финансовых услуг.

«Информация о возможности уточнения подробностей о рекламируемой банковской услуге – не заменяет опубликования существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого продукта» (ПРЕЗИДИУМ ВЫСШЕГО АРБИТРАЖНОГО СУДА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 31 марта 2009 г. N 15340/08).

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

В ходе подготовки материалов дела установлено, что лицом, в интересах которого непосредственно распространялась рекламная кампания, является КПК «Приамурье». Данный факт подтверждается письмом ООО «Видеореклама Хабаровск» от 06.05.2014 года, договором от 23 марта 2015 года, платежными поручениями.

Руководствуясь частью 2 пункта 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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу финансовых услуг КПК «Приамурье», размещенную на телеканалах «Россия 1», «Петербург - 5 канал г. Хабаровск» и «ТВ

Центр Хабаровск», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать КПК «Приамурье» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 03 июня 2015 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).

Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

03 июня 2015 года

г. Хабаровск

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

Председатель Комиссии:

– заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии:

– начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

– главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

на основании своего решения от 03 июня 2015 года по делу № 4-05/44 о признании ненадлежащей рекламы финансовых услуг КПК «Приамурье», в связи с отсутствием в рекламе условий, влияющих на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. КПК «Приамурье» (ИНН 2722105197, КПП 272101001, юридический адрес: г. Хабаровск, ул. Постышева, 16, оф. 205) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить распространение любым способом, в любой форме, любыми средствами ненадлежащей рекламы финансовых услуг, а именно: не 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,

2. КПК «Приамурье» (ИНН 2722105197, КПП 272101001, юридический адрес: г. Хабаровск, ул. Постышева, 16, оф. 205) представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 15 июня 2015 года.

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

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