

РЕШЕНИЕ № Р15/163-02

28.12.2015 г.

г. Тюмень

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

Председатель Комиссии: <...>	- заместитель руководителя управления;
<...>	- заместитель начальника отдела КСЗ;
Члены Комиссии:	
<...>	- специалист-эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р15/163, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии: представителя КПК «Тюменский фонд сбережений» (625026, г. Тюмень, ул. Республики, д.156, ИНН/КПП 7204152815/720301001, ОГРН: 1107232011402)– <...> (полномочия проверены, предъявлен паспорт гражданина РФ, Приказ о назначении директора №9 от 08.09.2014г.),

УСТАНОВИЛА:

Тюменским УФАС России 12.05.2015г. был выявлен факт распространения рекламы на телеканале «Домашний» следующего содержания: Первый кадр: «ФОНД СБЕРЕЖЕНИЙ ТЮМЕНСКИЙ» кредитный потребительский кооператив». Второй кадр: «Сберегательная программа вторая пенсия г.Тюмень, ул.Республики, д.156, оф.18 Тел: 8(3452)670-790, 676-132», Третий кадр: «3месяца-22%! 6 месяцев-23%! 12 месяцев-27%», далее текст в течении 4 секунд не поддается прочтению. Данная реклама сопровождалась закадровым голосом следующего содержания: КПК «Тюменский фонд сбережений» предлагает сберегательную программу «Вторая пенсия» до 27% годовых. Подробности по телефону 670-790» в течении 10 секунд.

В рассматриваемой рекламе говорится о том, что КПК «Тюменский фонд сбережений» предлагает гражданам вступить в кооператив и доверить свои деньги КПК, не указав при этом конкретный размер вступительного взноса и иные существенные условия совершения данных действий, таких как, минимальная и максимальная сумма вклада, которые влияют на размер дохода.

Определением №Р15/163-01 по данному факту было возбуждено дело №Р15/163 о нарушении законодательства о рекламе.

23.12.2015 г. КПК «Тюменский фонд сбережений» представил письменные объяснения (вх.№9977), согласно которым между КПК «Тюменский фонд сбережений» (Заказчик) и ООО «Сибинформбюро» (Исполнитель), был заключен договор №01/874-14 от 17.09.2015 г. об оказании услуг в области рекламы на размещение вышеуказанной рекламы в эфире телеканала «Домашний».

Согласно п.2.1 договора №01/874-14 от 17.09.2015 г., Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязанности по изготовлению и размещению рекламы в эфире следующих телеканалов: «Первый развлекательный СТС-«Ладья», «ТНТ-«ТТТ «23 канал», «Домашний»- ТРТР 29», Телеканал Рен-ТВ- Студия ТРТР».

В соответствии с описанием и раскадровкой ролика, реклама содержала следующее: Первый кадр: «ФОНД СБЕРЕЖЕНИЙ ТЮМЕНСКИЙ» кредитный потребительский кооператив». Второй кадр: «Сберегательная программа вторая пенсия». Третий кадр: Сберегательная программа «вторая пенсия» г.Тюмень, ул.Республики, д.156, оф.18 Тел: 8(3452)670-790, 676-132», далее мелким шрифтом: «Воспользоваться данной программой могут пайщики Кооператива КПК «Тюменский фонд сбережений. Для того чтобы стать пайщиком, необходимо внести вступительный взнос для физических лиц 100 рублей, паевой 100 рублей. Для юридических лиц вступительный 100 рублей, паевой 100 000 рублей. ОГРН 1107232011402. ИНН 7204152815. КПП 720301001. Г.Тюмень, ул.Республики, 156, офис №18. Тел. 8(3452) 670-790, 676-132 Четвертый кадр: Сберегательная программа «вторая пенсия» «3месяца-22%! 6 месяцев-23%! 12 месяцев-27%, далее мелким шрифтом: «Минимальная сумма внесения- 100 000. Максимальная сумма внесения без ограничения. Срок действия договоров от 3 до 12 месяцев. Выплата компенсации ежемесячно или по окончании срока действия договора. В соответствии с действующим законодательством из суммы выплачиваемой компенсации удерживается НДФЛ. За 10 рабочих дней до окончания срока договора, пайщику необходимо уведомить кооператив о намерении расторгнуть договор. Если пайщик не уведомил кооператив о расторжении договора, то договор пролонгируется на новый срок. Досрочное расторжение договора по инициативе пайщика производится в предусмотренном кооперативом порядке.». Данная реклама сопровождалась закадровым голосом следующего содержания: КПК «Тюменский фонд сбережений» предлагает сберегательную программу «Вторая пенсия» до 27% годовых. Подробности по телефону 670-790».

Также КПК «Тюменский фонд сбережений» в своих пояснениях указал, что при распространении рекламы, не нарушал ч.2 ст.28 Закона о рекламе, поскольку в рекламном видеоролике указана вся существенная информация распознаваемым, легко читаемым на значительном расстоянии шрифтом.

Рассмотрев материалы, представленные КПК «Тюменский фонд сбережений», Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, **рекламой** является 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; **ненадлежащая реклама** - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, рассматриваемая информация, размещенная на телеканале «Домашний» следующего содержания: Первый кадр: «ФОНД СБЕРЕЖЕНИЙ ТЮМЕНСКИЙ» кредитный потребительский кооператив». Второй кадр: «Сберегательная программа вторая пенсия». Третий кадр: Сберегательная программа «вторая пенсия» г.Тюмень, ул.Республики, д.156, оф.18 Тел: 8(3452)670-790, 676-132», с трансляцией в течении 4 секунд текста, выполненного мелким шрифтом, **является рекламой**, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе, где объектом рекламирования является деятельность Кредитного потребительского кооператива по привлечению личных сбережений граждан по договору передачи личных сбережений.

В законодательстве о рекламе отсутствуют понятия финансовой организации и финансовых услуг. Законодательство о рекламе является составной частью антимонопольного законодательства. Соответственно, для положений Закона о рекламе возможно применение понятий и терминов, установленных в Федеральном законе №135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции).

Однако, необходимо учитывать, что Федеральный закон «О рекламе» является нормативным актом, содержащим нормы, специальные по отношению к положениям антимонопольного законодательства. Соответственно, в случае возможности применения к одним и тем же правоотношениям норм общего и специального законодательства, подлежат применению именно специальные нормы Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 2 статьи 4 Закона о защите конкуренции, под финансовой услугой понимается 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.**

Согласно пункту 6 статьи 4 Закона о защите конкуренции, финансовая организация – хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги – кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, пенсионный участник рынка ценных бумаг.

Таким образом, согласно Федеральному закону «О защите конкуренции» под

финансовую услугу подпадают конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением, размещением денежных средств, но только в случае, если они оказываются финансовой организацией. При этом перечень финансовых организаций содержится в пункте 6 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции». Данный перечень является закрытым.

Основным содержательным признаком отнесения той или иной услуги к финансовой, указанным в пункте 2 статьи 4 Закона о защите конкуренции, является существо осуществляемой деятельности – то есть привлечение или размещение денежных средств физических и юридических лиц, либо одновременное привлечение и размещение таких денежных средств.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2009 г. № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» (далее – Закон о кредитной кооперации), кредитный потребительский кооператив – добровольное объединение физических и (или) юридических лиц на основе членства и по территориальному, профессиональному и (или) иному принципу в целях удовлетворения финансовых потребностей членов кредитного кооператива (пайщиков).

Согласно пункту 6 части 1 статьи 6 Закона о кредитной кооперации, кредитный кооператив не вправе привлекать денежные средства лиц, не являющихся членами кредитного кооператива, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом.

Согласно части 1 статьи 30 Закона о кредитной кооперации, для осуществления предусмотренной частью 1 статьи 3 настоящего Федерального закона деятельности кредитные кооперативы, членами которых являются физические лица, вправе привлекать денежные средства указанных лиц на основании договоров передачи личных сбережений.

Согласно части 2 статьи 30 Закона о кредитной кооперации, по договору передачи личных сбережений физическое лицо, являющееся членом кредитного кооператива (пайщиком), передает кредитному кооперативу денежные средства на условиях возвратности, платности, срочности.

Исходя из смысла услуг, предоставляемых КПК «Тюменский фонд сбережений», направленных на привлечение денежных средств от граждан и последующей выплатой процентов на суммы привлеченных средств, что предоставляемая Кредитным кооперативом услуга по договору передачи личных сбережений денежных средств, **является финансовой услугой.**

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается «любое лицо, которому адресуется реклама или которого она сможет достичь, вне зависимости от того, является ли оно конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем». Экономической целью размещения рекламы, является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

В рассматриваемом случае из содержания спорной рекламы следует, что она адресована неопределенному кругу лиц и действительно направлена на продвижение такой услуги как возмездное сбережение денежных средств, таким

образом рассматриваемая реклама, **является рекламой финансовой услуги по сбережению денежных средств граждан, оказываемой кредитным потребительским кооперативом.**

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, реклама 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.

Важной информацией для потребителя по договору передачи личных сбережений является информация об условиях договора передачи личных сбережений, влияющих на сумму доходов или расходов, которые может понести потребитель, а именно информация о возможности их пополнения, досрочном снятии денежных средств, истребовании средств, обеспечении возврата личных сбережений и об изменениях условий договора Кредитным потребительским кооперативом в одностороннем порядке, в том числе об изменении процентной ставки, а также наличие различных взносов и прочие условия, которые влияют на сумму расходов или доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица.

Договор передачи личных сбережений заключается на условиях срочности, платности, возвратности. Следовательно, существенными условиями данного договора являются срок его действия, платность за пользование денежными средствами сберегателя, и условие возвратности личных сбережений сберегателю. Срок действия договора является существенным условием, поскольку непосредственно влияет на размер процентной ставки за пользование Кредитным кооперативом денежными средствами сберегателя.

Кроме того, размеры процентной ставки и суммы передаваемых личных сбережений являются существенными условиями данного договора, влияющими на сумму доходов, которую могут получить потребители данной услуги.

В вышеуказанной рекламе указаны следующие условия, влияющие на сумму доходов: срок передачи личных сбережений (3 месяца, 6 месяцев, 12 месяцев), проценты за пользование денежными средствами сберегателя (22%, 23%, 27%); однако, сведения, влияющие на сумму доходов или расходов, которые может понести потребитель, такие как: информация о возможности пополнения, досрочном снятии денежных средств, истребовании средств, обеспечении возврата личных сбережений и об изменениях условий договора Кредитным потребительским кооперативом в одностороннем порядке, в том числе об изменении процентной ставки, а также наличие различных взносов и прочие условия, в рассматриваемой рекламе не указано.

Информация о существенных условиях, указанных в рассматриваемой рекламе не может быть воспринята потребителем, поскольку сведения об условиях сберегательной программы представляются потребителям мелким шрифтом, в течении 5 секунд, не обеспечивающим возможность прочтения информации о всех существенных условиях, а именно, сведений о возможных доходах или расходах потребителя рекламы, желающего воспользоваться финансовыми услугами потребительского кооператива по сбережению денежных средств исходя из следующего.

Согласно в [пункту 28](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 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 сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

Рассматриваемая реклама умалчивает о таких существенных условиях, как необходимость внесения взносов; информации о возможности пополнения счета; досрочном снятии денежных средств; истребовании средств; обеспечении возврата личных сбережений; об изменении условий договора Кредитным потребительским кооперативом в одностороннем порядке, в том числе об изменении процентной ставки, а также о наличии различных взносов и прочие условия, которые влияют на сумму расходов или доходов, которые понесут потребители, воспользовавшиеся данной услугой.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе **нарушены требования пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствует информация о доходах или расходах, которые могут понести лица, воспользовавшиеся данной финансовой услугой.**

Данная норма Закона о рекламе напрямую корреспондирует с требованиями части 7 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которой не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Для осуществления своей деятельности и достижения уставных целей, Кредитный кооператив вправе привлекать денежные средства на основании договора передачи личных сбережений.

Согласно пункту 2.1 Устава КПК «Тюменский фонд сбережений», кооператив действует в целях повышения благосостояния пайщиков, обеспечивая им доступные возможности сбережения личных средств и взаимного кредитования, обеспечивая сохранность и приумножение их денежных средств.

Согласно пункту 2.1 Устава, предметом деятельности кооператива является фонда финансовой взаимопомощи. Все операции финансовой взаимопомощи осуществляются исключительно между пайщиками кооператива исключительно из средств сформированного им фонда финансовой взаимопомощи

Из вышеизложенного следует, что предоставление услуг по договору передачи личных сбережений возможно только членам Кредитного кооператива, что

является существенным условием заключения данного договора, поскольку ограничивает круг лиц, могущих воспользоваться данной услугой в Кредитном потребительском кооперативе «Тюменский фонд сбережений».

Указание в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Распространяемая потребителем кооперативом реклама не содержит сведения о том, что приобрести упомянутые в рекламе услуги могут только члены КПК «Тюменский фонд сбережений» оплатившие определенный вступительный взнос и постоянные взносы за членство в указанном кооперативе, таким образом, рассматриваемая реклама **содержит нарушение требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе, а именно в ней отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения рекламируемого товара, так как при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.**

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, **рекламодатель** – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания лицо.

В материалах рассматриваемого дела имеется договор, №01/874-14 от 17.09.2015 г. об оказании услуг в области рекламы на размещение вышеуказанной рекламы, заключенный между КПК «Тюменский фонд сбережений» и ООО «Сибинформбюро»

Согласно п.2.1 договора №01/874-14 от 17.09.2015 г., Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязанности по изготовлению и размещению рекламы в эфире следующих телеканалов: «Первый развлекательный СТС-«Ладья», «ТНТ-«ТТТ «23 канал», «Домашний»- ТРТР 29», Телеканал Рен-ТВ- Студия ТРТР».

Согласно п.3.2.1 Заказчик обязан предоставлять Исполнителю для размещения рекламу, содержание которой соответствует требованиям Российского законодательства, в том числе, требованиям Федерального закона от 13.03.2006 г №38-ФЗ «О рекламе» и Гражданского кодекса РФ (часть четвертая) В соответствии с п.2.1.3 Заказчик обязан оплачивать исполнителю сумму за размещение рекламного материала в соответствии с разделом 3 настоящего договора.

Согласно п.3.1 вышеуказанного договора, исполнитель выставляет счет Заказчику за публикацию рекламы

В соответствии с п.4.1. договора №01/874-14 от 17.09.2015 г., оплата Заказчиком услуг Исполнителя осуществляется в размере и в срок, указанном в программе работ на основании договора, акта выполненных работ №002423 от 31.05.2015 года, счета на оплату №1347 от 05.05.2015 года, счет-фактуры №00002423 от 31.05.2015 года.

Таким образом КПК «Тюменский фонд сбережений» (625026, г. Тюмень, ул. Республики, д.156, ИНН/КПП 7204152815/720301001, ОГРН: 1107232011402), является

рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Согласно п.1 Программы работ (приложению №1 от 30.04.2015 г. Договора, №01/874-14 от 17.09.2014 г.), Исполнитель в соответствии с условиями договора №01/874-14 от 17.09.2014, осуществляет размещение рекламы заказчика в эфире «Первый развлекательный СТС- «Ладья», «ТНТ-«ТТТ «23 канал», «Домашний»- ТРТР 29», Телеканал Рен-ТВ- Студия ТРТР» в период с 01.05.15 г. по 31.05.15 г., согласно медиа-плану.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи КПК «Тюменский фонд сбережений» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с прекращением нарушения.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, рекламодатель несет ответственность за нарушение части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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 рекламу финансовых услуг в эфире телеканала «Домашний», следующего содержания: Первый кадр: «ФОНД СБЕРЕЖЕНИЙ ТЮМЕНСКИЙ» кредитный потребительский кооператив». Второй кадр: «Сберегательная программа вторая пенсия г.Тюмень, ул.Республики, д.156, оф.18 Тел: 8(3452)670-790, 676-13», Третий кадр: «3месяца-22%! 6 месяцев-23%! 12 месяцев-27%», **ненадлежащей**, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 и части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписания КПК «Тюменский фонд сбережений» не выдавать, в связи с прекращением нарушения действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме _____2015 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии:

<...>

Члены комиссии:

<...>

<...>