

РЕШЕНИЕ

10 декабря 2013 года

г. Хабаровск

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

рассмотрев дело № 4-05/108 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», выразившегося в размещении рекламы финансовых услуг,

при участии главного бухгалтера КПК «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск» (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 01 ноября 2013 года Хабаровским УФАС России отслежена наружная реклама (призматрон) КПК «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск», распространяемая на ул. Ленинградская, 67 (Жд вокзал) следующего содержания:

Крупным шрифтом:

«Кредитный союз «Умно жить» 757 – 555 ул. Дзержинского, 4. Прием сбережений под 18% годовых. Срок программы 12 мес., минимальная сумма от 2000тыс. рублей».

Мелким шрифтом (26 мм):

«КПК «Кредитный союз «Умно жить – Хабаровск , юридический адрес: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 181б, офис 307. ИНН 2722121537, КПП 212200001, ОГРН 1132722003094. Программа сбережений действует только для членов кооператива. Гражданин становится членом кооператива только после внесения вступительного взноса 100 руб., паевого взноса 100 руб. Компенсация (проценты) начисляются на сумму личных сбережений ежемесячно за минусом НДФЛ. При досрочном расторжении договора по инициативе члена кооператива и возврате личных сбережений, размер компенсации будут составлять 3% годовых».

Кроме того, указанная реклама распространяется на ул. Ленина – Постышева, ул. Краснореченская - Флегонтова.

Срок размещения рекламы ноябрь –декабрь 2013 года.

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 наружными средствами, установлено, что таковая является рекламой, поскольку опубликование 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 рекламах процентной ставкой. Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с кооперативом по заключению договора на определенных условиях.

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

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.

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.

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.

Согласно части 3 статьи 11 ФЗ «О кредитной кооперации» членство в кредитном кооперативе возникает на основании решения правления кредитного кооператива со дня внесения соответствующей записи в реестр членов кредитного кооператива (пайщиков). Такая запись в реестр членов кредитного кооператива (пайщиков) вносится после уплаты обязательного паевого взноса, а также после уплаты вступительного взноса в случае, если внесение вступительного взноса предусмотрено уставом кредитного кооператива.

В содержании рекламы, распространяемой на средства наружной рекламы, содержится указание на условия договора по приему личных сбережений.

Однако необходимая информация нанесена на баннеры наружной рекламы мелким шрифтом, что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять сведения о том, что членом кооператива становишься только после внесения вступительного взноса 100 руб., паевого взноса 100 руб.; компенсация (проценты) начисляются на сумму личных сбережений ежемесячно за минусом НДС, при досрочном расторжении договора по инициативе члена кооператива и возврате личных сбережений, размер компенсации будут составлять 3% годовых

Следовательно, отсутствие такой информации может ввести в заблуждение потребителей рекламы.

На рекламном щите, информация, размещенная в нижней части рекламы, не доступна, так как размер шрифта маленький. Для пассажиров и водителей движущегося транспорта время считывания рекламной информации ограничено и, следовательно, информация, нанесенная на баннер мелким шрифтом, также недоступна для восприятия.

Информация нанесена на баннер наружной рекламы столь мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять ее.

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.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной

информации об условиях договора, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями, так как размер шрифта очень маленький и исключена возможность максимального приближения к ней потребителя (рекламные конструкции формата 3м на 6 м высотой 3м и более).

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

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написана крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы услуг, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях договора, 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.

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.

Кроме того:

В соответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

В рекламе присутствует наименование кооператива, но оно выполнено мелким нечитаемым шрифтом, в связи с чем, является недоступным для восприятия.

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

К моменту рассмотрения дела КПК «Кредитный союз «Умно жить – Хабаровск» представлен отзыв (вход. от 06.12.2013 №5/10882), согласно которому реклама соответствует требованиям, предъявляемым к финансовым продуктам.

Данные довод не принимается по вышеизложенным основаниям.

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

Установлено, что рекламодателем, в интересах которого распространялась реклама, является КПК «Кредитный союз «Умно жить – Хабаровск», определившее объект рекламирования и содержание рекламы.

Данный факт подтверждается письмом ИП Карпенко, договором на рекламное обслуживание от 01.11.2013 года, дополнительным соглашением № 1 к договору, актом № 32 от 13 ноября 2013 года, выпиской по счету.

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 «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать КПК «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск» 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 10 декабря 2013 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

10 декабря 2013 года

г. Хабаровск

Комиссия Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе на основании своего решения от 10 декабря 2013 года по делу № 4-05/108 о признании ненадлежащей рекламы финансовых

услуг КПК «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск», 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 «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск» (ИНН 2722121537, место нахождения: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 181б -307) в десятидневный 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, указывать в рекламе полное наименование лица, оказывающего финансовую услугу.

2. КПК «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск» (ИНН 2722121537, место нахождения: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 181б -307) представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 30 декабря 2013 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.