

РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/14

04 марта 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:

<...> – руководитель управления;

Члены Комиссии:

<...> – начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

рассмотрев дело № 4-05/14 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,

при участии представителя КПК «Восточный фонд сбережений» <...>.

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России отслежена реклама КПК «Восточный фонд сбережений», распространяемая в газете «Давай» № 93 - 96 за 2015 год, в которой содержалась следующая информация:

«Сберегательные программы сроком от 1 месяца до 4 лет. Акция! Срок акции с 19 декабря 2014 года по 28 февраля 2015 года. В связи с повышением Центробанком ключевой ставки, мы повышаем доходность по всем действующим сберегательным программам, по всем вновь заключенным и переоформленным договорам на 10%. Теперь доходность на срок акции до 34% годовых...».

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 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.

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 рекламой условиях.

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.

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.

Реклама не позволяет определить, о каких именно сберегательных программах в ней идет речь, тем не менее, указание в ней только одного условия – максимальной возможной процентной ставки годовых – 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 получают 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».

В процессе рассмотрения дела представитель кооператива не согласился с выявленным нарушением, пояснив, что всю необходимую информацию можно получить на сайте компании либо по контактными телефонам.

Данный довод не принимается по следующим основаниям.

Информация о возможности уточнения подробностей о рекламируемой финансовой услуге – не заменяет опубликования существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого продукта, так как предусмотрено пунктом части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьи 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 «Восточный фонд сбережений», определившее объект рекламирования и содержание рекламы.

Данный факт подтверждается письмом ООО «РИА «Восточная столица» (вход. от 06.02.2015 № 4/1004), договором № ВС 466/13 от 26.09.2013 года, согласованными макетами рекламы.

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 «Восточный фонд сбережений», размещенную в газете «Давай» № 93-96 за 2015 год, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать КПК «Восточный фонд сбережений» 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 04 марта 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

04 марта 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:

<...> – руководитель управления;

Члены Комиссии:

<...> – начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

на основании своего решения от 04 марта 2015 года по делу № 4-05/14 о признании ненадлежащей рекламы финансовых услуг КПК «Восточный фонд сбережений», 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 «Восточный фонд сбережений» (ИНН 2721173363, место нахождения: г. Хабаровск, ул. Гайдара, 14, офис 5) 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,

2. КПК «Восточный фонд сбережений» (ИНН 2721173363, место нахождения: г. Хабаровск, ул. Гайдара, 14, офис 5) представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 20 марта 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).