

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/28-409/2022

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«27» июня 2022 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «27» июня 2022 года

Полный текст решения изготовлен: «27» июня 2022 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>;

член Комиссии – главный специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>;

член Комиссии – ведущий специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>.

рассмотрев дело № 012/05/28-409/2022, возбужденное по признакам нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), по факту распространения наружной рекламы по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 118 а, в присутствии представителя Риттер В.В. по доверенности,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) 23.05.2022 установлен факт размещения рекламы следующего содержания:

далее – Реклама,

Из письменных пояснений КПК «Дело и Деньги» (вх. №5066 от 23.06.2022) следует, что спорный баннер размещен у входной группы офиса КПК «Дело и Деньги», на котором размещалась информация о привлечении сбережений под ставку – 21 % годовых. Ответственным сотрудником за разработку макета баннера, а также за поиск подрядчиков для печати и установки баннера является менеджер по работе с клиентами <...>.

На заседании Комиссии Марийского УФАС России представитель КПК «Дело и Деньги» факт нарушения законодательства о рекламе признала в полном объеме, поддержала письменные пояснения (вх. № 5066 от 23.06.2022).

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы, документы, письменные и устные пояснения лица, участвующего в деле, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со ст. 1 Закона о рекламе целями данного Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Целью любого закона является защита и охрана определенных общественных интересов. Включение законодателем в цели Закона о рекламе предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, говорит о том, что распространение такой рекламы уже является угрозой общественным интересам, охраняемым данным законом.

В соответствии с п. 1, 2, 3 ст. 3 Закона о рекламе реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и

на восприятие которых реклама направлена (Письмо ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками - распространена на радио; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемые соответствующим рекламодателем и осуществляемой им деятельности.

Статьей 5 Закона о рекламе установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Из содержания текста рекламы следует, что объектом рекламирования выступают услуги по привлечению денежных средств членов кооператива с процентной ставкой 21% годовых, в том числе деятельность, оказываемая КПК «Дело и Деньги».

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена посредством размещения рекламной конструкции, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В силу части 7 статьи 5 Закона 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.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона 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.

В силу пункта 2 части 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» (далее – Закон о кредитной кооперации) кредитный потребительский кооператив - основанное на членстве

добровольное объединение физических и (или) юридических лиц по территориальному, профессиональному и (или) социальному принципам, в целях удовлетворения финансовых потребностей членов кредитного кооператива (пайщиков);

Кредитный кооператив является некоммерческой организацией, объединяющей физических лиц на основе членства для удовлетворения своих потребностей в финансовой помощи.

Предметом деятельности кооператива является объединение паенакоплений и привлечение личных денежных средств его членов, размещение указанных денежных средств путем предоставления займов своим членам.

Как установлено Марийским УФАС России, в рекламном модуле, содержалась следующая информация: КПК «Дело и Деньги» «ВАШИ СБЕРЕЖЕНИЯ СКАЖУТ ВАМ **«ДА»** Сохраните ставку 21% годовых а срок от 3 до 12 мес.застраховано.

Поскольку реклама направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, существенной является не только информация, привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Следовательно, отсутствие в рекламе существенной части информации приводит к искажению ее смысла и способствует введению потребителей в заблуждение.

Статьей 30 указанного Федерального закона установлено, что для осуществления предусмотренной частью 1 статьи 3 данного Федерального закона деятельности кредитные кооперативы, членами которых являются физические лица, вправе привлекать денежные средства указанных лиц на основании договоров передачи личных сбережений. По договору передачи личных сбережений физическое лицо, являющееся членом кредитного кооператива (пайщиком), передает кредитному кооперативу денежные средства на условиях возвратности, платности, срочности.

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

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.

Марийским УФАС России установлено, что приложением № 1 к Положению «О порядке и условиях привлечения денежных средств членов КПК «Дело и Деньги»» утверждены финансовые продукты по привлечению денежных средств членов кооператива с процентной ставкой 21 % годовых: «Стабильный доход», «Максимальный рост», «Проценты вперед» со следующими существенными условиями:

1. «Стабильный доход»:

- срок размещения 3-12 месяцев;

- процентная ставка за использованием привлеченных денежных средств членов кредитного потребительского кооператива (пайщиков) составляет 21% годовых;

- минимальная сумма 30 000 руб. 00 коп.;

- максимальная сумма 3000 000 руб. 00 коп.;

начисление процентов – ежемесячно;

- выплата компенсации (процентов) ежемесячно;

- пополнение – в любое время действия договора от 1000 рублей;

частичный возврат не более 20% от суммы сбережений, в первые 3 месяца с момента заключения договора, по истечении данного срока частичный возврат допускается до суммы минимального допустимого остатка – 30000 рублей;

- досрочный возврат по ставке 3% годовых, но не ранее 3 месяцев.

2. «Максимальный рост»:

- срок размещения 3-12 месяцев;

- процентная ставка за использованием привлеченных денежных средств членов кредитного потребительского кооператива (пайщиков) составляет 21% годовых;

- минимальная сумма 30 000 руб 00 коп.;

- максимальная сумма 3000 000 руб. 00 коп.;

начисление процентов – ежемесячно;

- выплата компенсации (процентов) в конце срока;

- пополнение – в любое время действия договора от 1000 рублей;

частичный возврат не более 20% от суммы сбережений, в первые 3 месяца с момента заключения договора, по истечении данного срока частичный возврат допускается до суммы минимального допустимого остатка – 30000 рублей;

- досрочный возврат по ставке 3% годовых, но не ранее 3 месяцев.

3. «Проценты вперед»:

- срок размещения 12 месяцев;

- процентная ставка за использованием привлеченных денежных средств членом кредитного потребительского кооператива (пайщиков) составляет 21% годовых;

- минимальная сумма 30 000 руб. 00 коп.;

- максимальная сумма 3000 000 руб. 00 коп.;

начисление процентов – в день заключения договора;

- выплата компенсации (процентов) в день заключения договора;

- пополнение – в любое время действия договора;

- частичный возврат не допускается;

- досрочный возврат по ставке 3% годовых, но не ранее 3 месяцев.

Согласно пункту 28 Постановления пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 г. № 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 предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

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.

Вместе с этим, возможность потенциальных потребителей финансовых услуг

ознакомиться с существенными условиями рекламируемой услуги по привлечению сбережений членов кооператива по телефону или на сайте, на что указано в спорной рекламе, не заменяет обязанности по распространению существенных условий договора оказания финансовой услуги, отсутствие которых способно ввести потребителей в заблуждение относительно рекламируемого продукта.

Указание в рекламе только условий о максимальной возможной процентной ставке годовых (21%), сроке оказания услуги без указания сведений о сумме принимаемых сбережений, порядке начисления процентов, возможности пополнения, частичного возврата денежных средств является неполной информацией об условиях, влияющих на окончательную сумму доходов, которую рассчитывает получить потребитель при заключении договора о привлечении денежных средств членов кооператива.

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 Закона о рекламе.

Кроме того, недомоведение в рекламе информации об условиях членства в кооперативе, при указании привлекательной для потребителей информации, свидетельствует об отсутствии в ней всей существенной информации.

Иные условия, влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, в рассматриваемой рекламе указаны не были.

Таким образом, в рекламе умалчивается часть существенной информации об условиях оказания финансовой услуги по привлечению денежных средств кредитным кооперативом, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, что искажает смысл информации о финансовой услуге, и потребители вводятся в заблуждение об условиях ее предоставления.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В материалах дела отсутствуют документальные доказательства, отражающие факт устранения КПК «Дело и Деньги» в настоящее время нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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 следующего содержания: , , поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».
2. Выдать КПК «Дело и Деньги» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии