

« 13 » октября 2015 г.

г. Иркутск

Резолютивная часть решения оглашена 06 октября 2015г.

В полном объеме решение изготовлено 13 октября 2015г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе

рассмотрев дело № 1533 от 11.09.2015г., возбужденное по признакам нарушения требований п. 4 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ, по факту распространения в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» рекламного видеоролика КПК «Сберегательная касса», содержащего следующую текстовую информацию: «г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88 СБЕРКАССА до 42 % * годовых», «СБЕРКАССА г. Шелехов, 4 микрорайон, дом 1 тел. (3952) 98-93-88 г. Ангарск, ул. К. Маркса, 21 тел. (3955) 52-00-90 до 42 % * годовых г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88», сопровождающуюся аудиотекстом, озвученным женским голосом: «Чем больше денег, тем лучше. Поэтому в «Сберегательной кассе» доход до 42% годовых. А для пенсионеров особые условия. «Сберкасса» на Киевской, 19 (далее – по тексту)», в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламодателя - КПК «Сберегательная касса» (ИНН 3810338266, ОГРН 1143850024933, 664003, г. Иркутск, ул. Киевская, 19-18)

УСТАНОВИЛА:

11.09.2015г. Иркутским УФАС России возбуждено дело № 1533 по признакам нарушения требований п. 4 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ, по факту распространения в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» рекламного видеоролика КПК «Сберегательная касса», содержащего следующую текстовую информацию: «г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88 СБЕРКАССА до 42 % * годовых», «СБЕРКАССА г. Шелехов, 4 микрорайон, дом 1 тел. (3952) 98-93-88 г. Ангарск, ул. К. Маркса, 21 тел. (3955) 52-00-90 до 42 % * годовых г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88», сопровождающуюся аудиотекстом, озвученным женским голосом: «Чем больше денег, тем лучше. Поэтому в «Сберегательной кассе» доход до 42% годовых. А для пенсионеров особые условия. «Сберкасса» на Киевской, 19 (далее – по тексту)». К участию в его рассмотрении привлечен рекламодатель КПК «Сберегательная касса». Рассмотрение дела назначено на 05.10.2015г.

В указанную дату в Иркутское УФАС России для участия в рассмотрении дела

явился председатель КПК «Сберегательная касса».

Руководствуясь пунктом 3.44 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия по собственной инициативе объявила перерыв в заседании Комиссии по рассмотрению дела № 1533 от 11.09.2015г. до 15 часов 30 минут 06.10.2015г.

В указанную дату в Иркутское УФАС России для участия в рассмотрении дела явился председатель КПК «Сберегательная касса».

КПК «Сберегательная касса» представлены пояснения (вх. № 11249 от 06.10.2015г.) о том, что между КПК «Сберегательная касса» и ООО «Инвент-Медиа» был заключен договор № 54 от 10 марта 2015г. по оказанию информационных услуг, указанных в п.2 настоящего договора, для привлечения потенциальных членов кооператива. В ролике содержится информация о привлечении личных сбережений граждан с доходностью до 42 % годовых. Видеоролик транслировался по каналу СТС в период с 17 января, изготовителем и рекламодателем являлось ООО «Инвент-Медиа», что касается заказа и утверждения данного вида рекламы, то использовалась переписка по эл. почте а также подтверждение гарантийным письмом от 26 марта 2015г. о предоставлении рекламной информации отвечающего требованиям законодательства РФ. КПК «Сберегательная касса» не вправе был осуществлять распространение подобного рода рекламы, нарушающей требования действовавшего законодательства ФЗ «О рекламе», с риском для деятельности организации по указанной процентной ставке до 42 % годовых. Данный способ распространения рекламы, а именно трансляции видео ролика с информацией о привлечении личных сбережений с доходностью до 42% годовых, к сожалению оказался неудачным маневром в сфере законодательства РФ, не только ФЗ «О рекламе», но и ФЗ «О защите конкуренции». На сегодняшний день КПК «Сберегательная касса» устранил данный вид нарушения и действует в соответствии с законодательством РФ.

Также, председатель КПК «Сберегательная касса» пояснил, что КПК «Сберегательная касса» осуществляет прием личных сбережений с процентной ставкой от 20% до 28% годовых. Указанная в рекламе процентная ставка до 42% годовых является предметом маркетинга и не более того. Личные сбережения по тарифам: «Пенсионный», «VIP» на момент распространения рекламы КПК «Сберегательная касса» не предоставлялись, поскольку действовал только один тариф «Инвестиционный». Условия привлечения личных сбережений по данному тарифу и типовая форма договора представлены в антимонопольный орган.

К пояснениям КПК «Сберегательная касса» приложены следующие документы: типовая форма сберегательного договора; свидетельство о постановке на учет российской организации в налоговом органе; свидетельство о государственной регистрации юридического лица; протокол № 10 от 04.08.2015г. общего собрания членов КПК «Сберегательная касса»; квитанция к приходному ордеру от 10.03.2015г.; свидетельство о членстве в СРО; приложение № 54/1 от 10.03.2015г. к договору № 54 от 10.03.2015г.; акт № С7-00000236 от 28.03.2015г.; гарантийное письмо от 26.03.2015г.; договор № 54 от 10.03.2015г.; протокол № 4 от 01.06.2015г. правления КПК «Сберегательная касса»; протокол № 3 от 01.06.2015г. правления КПК

«Сберегательная касса»; устав КПК «Сберегательная касса»; рекламный буклет КПК «Сберегательная касса»; условия принятия сбережений от 24.02.2015г.; электронная переписка с ООО «ВИ АС Медиа»; выписка из ЕГРЮЛ.

На основании имеющихся в материалах дела пояснений и документов Комиссией установлено следующее.

18.03.2015г. в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» выявлен рекламный видеоролик КПК «Сберегательная касса», содержащий следующую текстовую информацию: «г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47-88 СБЕРКАССА до 42 % * годовых», «СБЕРКАССА г. Шелехов, 4 микрорайон, дом 1 тел. (3952) 98-93-88 г. Ангарск, ул. К. Маркса, 21 тел. (3955) 52-00-90 до 42 % * годовых г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47-88», сопровождающаяся следующим аудиотекстом, озвученным женским голосом: «Чем больше денег, тем лучше. Поэтому в «Сберегательной кассе» доход до 42% годовых. А для пенсионеров особые условия. «Сберкасса» на Киевской, 19».

Также, в нижней части рекламы содержится следующий текст выполненный мелким шрифтом: «Кредитный потребительский кооператив «Сберегательная касса» ОГРН 1143850024933 от 23.06.2014г. Деятельность КПК не подлежит лицензированию и осуществляется в соответствии с ФЗ № 190 «О кредитной кооперации» от 18.07.2009г.», «тариф «Пенсионный» - до 20% годовых, срок хранения от 3 месяцев, сумма привлекаемых сбережений от 3-х тыс. руб., тариф «VIP» - до 42 % годовых, срок хранения от 18 мес., сумма привлекаемых сбережений от 1 млн. руб., тариф «Стандарт» - до 16% годовых, срок хранения от 1 месяца, сумма привлекаемых сбережений от 10 тыс. руб.», «Более подробную информацию можно получить в офисе кооператива по адресу: г. Иркутск, ул. Киевская, 19, либо по тел.: 98-47-88. Сбережения принимаются только от членов кооператива. Вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 50 руб.».

Реклама - 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 (ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ).

В данном рекламном ролике содержится информация о приеме КПК «Сберегательная касса» сбережений граждан, при этом указан размер процентной ставки – до 42 % годовых.

КПК «Сберегательная касса» является членом СРО «Кооперативные финансы».

В п. 1 ч. 1 ст. 36 ФЗ «О кредитной кооперации» от 18.07.2009 № 190-ФЗ закреплено, что саморегулируемая организация разрабатывает и устанавливает в соответствии с настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными актами Банка России обязательные для членов саморегулируемой организации правила и стандарты.

Решением Совета Некоммерческого партнерства «Кооперативные Финансы» (Протокол № 13 от 30.11.2011г.) утверждены Правила и стандарты некоммерческого Партнерства «Саморегулируемая организация кредитных потребительских кооперативов «Кооперативные финансы» (далее – Правила и стандарты).

В п. 2.9.7 Правил и стандартов закреплено, что максимальная процентная ставка для расчета размера платы (процентов, компенсации) за использование привлеченных денежных средств членов кооператива (пайщиков) с учетом всех выплат, причитающихся по договору, не должна превышать 25 % годовых.

Таким образом, КПК «Сберегательная касса» не вправе привлекать денежные средства своих членов по ставке более 25% годовых, в том числе по процентной ставке от 26% до 42 % годовых.

Следовательно, в рассматриваемой рекламе содержатся сведения о размерах процентных ставках КПК «Сберегательная касса», не соответствующих установленным Правилами и стандартами требованиям.

Данный вывод антимонопольного органа о том, что КПК «Сберегательная касса» не имело права привлекать личные сбережения под процентную ставку более 25 % годовых, подтверждается также письмом СРО «Кооперативные финансы» (вх. № 8762 от 06.08.2015г.), в котором указано, что в рамках контрольных мероприятий, связанных с проверкой информации о деятельности КПК «Сберегательная касса» были выявлены факты привлечения данным КПК личных сбережений пайщиков под процентную ставку, превышающую значение, определенное требованиями п. 2.9.7 Правил и стандартов СРО «Кооперативные финансы». Так, в 34 случаях из 102 процентная ставка превышала указанное значение и составляла от 26% до 42% годовых. На заседании Дисциплинарного комитета (Протокол № 11/2015 от 20.07.2015г.) рассмотрены материалы по нарушениям, выявленным в кредитном кооперативе и в Совет СРО «Кооперативные финансы» направлено ходатайство об исключении данного КПК из членов саморегулируемой организации. Решением Совета СРО «Кооперативные финансы» (Протокол № 21 от 24.07.2015г.) КПК «Сберегательная касса» исключено из членов СРО, о чём ему было направлено официальное уведомление.

Таким образом, КПК «Сберегательная касса», являясь членом СРО «Кооперативные финансы», на момент распространения рекламы имело право привлекать личные сбережения под процентную ставку не более 25% годовых.

В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В п. 9 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ, недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации;

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 14 ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ, не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации.

По запросу антимонопольного органа, ПАО «Промсвязьбанк» (далее – Банк) представлены пояснения (вх. № 8497 от 30.07.2015г.), в которых Банк сообщает следующее. Максимальная ставка по привлечению вкладов в рублях от граждан в Банке (с учетом права Банка России вводить для банков ограничения по размеру процентных ставок по привлечению во вклады денежных средств), составляет 13,5 %. С учетом изложенного, вышеуказанную рекламу КПК Банк расценивает как акт недобросовестной конкуренции, поскольку нарушается п. 1 ч. 1 ст. 14 ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ. В частности, в данной рекламе указываются не соответствующие действительности завышенные ставки по привлечению сбережений граждан, при том, что определенная Правилами и стандартами СРО, членом которого является КПК, максимальная процентная ставка по привлечению денежных средств членом указанного КПК не может превышать 25 % годовых. С учетом данных обстоятельств, Банк полагает, что распространением рассматриваемой ненадлежащей рекламы могут быть причинены убытки (в том числе упущенная выгода), а именно: отток действующих вкладов и/или отсутствие интереса в размещении денежных средств в Банке потенциальными вкладчиками.

КПК «ИЗИ Кредит» представлены пояснения (вх. № 8679 от 04.08.2015г.) о том, что рекламой КПК «Сберегательная касса» могли быть причинены убытки КПК «ИЗИ КРЕДИТ» по следующим критериям: нанесение вреда репутации КПК «ИЗИ КРЕДИТ», т.к. привлечение денежных средств под столь высокий процент является высоко рискованной сделкой и ведет к неисполнению обязательств, и как следствие, недоверие ко всей сфере кооперации; дополнительный риск может состоять в том, что КПК «Сберегательная касса» может не иметь договора страхования привлекаемых сбережений или вводить в заблуждение пайщиков, выдавая за полисы страхования финансовых рисков обычные полисы страхования жизни. Это создает дополнительную нагрузку на компенсационный фонд СРО. Основываясь на вышеизложенном, с большой уверенностью можно констатировать, что членов КПК «ИЗИ КРЕДИТ» и прочих кооперативов (которые ведут свою деятельность согласно общепринятым в СРО условиям по привлечению сбережений, рекомендациям ЦБ РФ и т.д.) заманивают высокими процентами по сбережениям. Данный факт впоследствии может отразиться на всей сфере кредитной кооперации не только в регионе, но и в целом по стране. Из-за таких недобросовестных организаций ложится неприятный осадок на добросовестные кооперативы, так как КПК «ИЗИ КРЕДИТ» подчас приходится принимать членов иных кооперативов пострадавших от действий подобных недобросовестных игроков. За июнь-июль 2015г. сотрудники КПК «ИЗИ КРЕДИТ» дали 12 (8 из них даны пенсионерам) консультаций членам кооперативов «МигЗайм» и «Экспресс Деньги», которые также привлекли пайщиков в свои кооперативы высокими процентами. Эти кооперативы в данный момент не возвращают размещенные средства, каждый из обиженных пайщиков ищет помощи или консультации, но в целом уже сформировался негативный тренд. Люди вступать в новые кооперативы не спешат. Из бесед с членами кооператива «Экспресс Деньги», которые сейчас не могут получить свои сбережения, выяснилось и то, что данный кооператив вводил в заблуждение, говоря, что их сбережения застрахованы, но по факту кооператив страховал их жизнь и здоровье, а не финансовые риски. Если присмотреться, то

рекламы с завышенными ставками более чем достаточно в городе Иркутске, и это не только телеканалы, это и остановки общественного транспорта, сам общественный транспорт пестрит заманчивыми постерами, множество расклеенных листовок на столбах, суть которых одна – обогатиться, разместив подчас последние скопленные средства под небывало высокий процент. Отсюда вытекает нецелесообразность размещения рекламы добросовестными кооперативам, КПК «ИЗИ КРЕДИТ» приходится тратить рекламный бюджет на рекламу, на которую заведомо никто не будет реагировать, так как сторонний кооператив заманивает рекламой сулящей чуть ли не золотые горы и безбедную старость. В результате действий КПК «Сберегательная касса», численность КПК «ИЗИ КРЕДИТ» практически перестала расти, за первое полугодие членами КПК «ИЗИ КРЕДИТ» пожелали стать всего 37 человек, из них только 5 человек по городу Иркутску. Двое пайщиков КПК «ИЗИ КРЕДИТ» разметили денежные средства в других кооперативах, мотивируя это более высокими процентами. Текущие вкладчики КПК «ИЗИ КРЕДИТ» отказываются продлевать договоры личных сбережений из-за того, что их не устраивает малая, по их мнению, доходность, что влет за собой изъятие из фонда взаимопомощи взносов вкладчиками своих сбережений. Это оставит менее обеспеченных членов кооператива без займа, следовательно, они, с большей уверенностью можно сказать, прекратят членство в КПК «ИЗИ КРЕДИТ». Что касается убытков, то можно пояснить, что результат действий подобных кооперативов предугадать несложно, они провоцируют выход из порядочных кооперативов пайщиков, в следствие будут расформированы и закрыты кооперативы, которые вели свою деятельность, опираясь на закон, СРО и ЦБ, а не добросовестные кооперативы будут сулить новые золотые горы и безоблачное будущее. Итог будет один, добросовестный кооператив не сможет привлечь в свои ряды пайщиков, т.к. его предложения не конкуренты на рынке предлагаемых услуг.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама КПК «Сберегательная касса» не соответствует требованиям п. 4 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, поскольку является актом недобросовестной конкуренции, т.к. содержит сведения о размере процентных ставок КПК «Сберегательная касса», не соответствующих правилам и стандартам, распространение которых может причинить убытки хозяйствующим субъектам. В частности, распространение данных сведений о завышенном размере процентных ставок КПК «Сберегательная касса» по договорам передачи личных сбережений может способствовать оттоку пайщиков из других кредитных потребительских кооперативов и вкладчиков банков, а также отказу потенциальных вкладчиков от заключения договора банковского вклада с банками, отказу потенциальных членов иных кредитных потребительских кооперативов от вступления в данные кредитные потребительские кооперативы и заключения договора передачи личных сбережений.

Кроме того, реклама не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5 и п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ на основании следующего.

В рассматриваемой рекламе КПК «Сберегательная касса» сообщается о привлечении личных сбережений. При этом указан размер максимальной процентной ставки – 42 % годовых.

Председателем КПК «Сберегательная касса» в антимонопольный орган представлены Условия принятия сбережений от 24.02.2015г. (далее – Условия),

действовавшие на момент распространения рекламы.

Из данных Условий, с учетом требований Правил и стандартов СРО «Кооперативные финансы», следует что КПК «Сберегательная касса» имеет право привлекать личные сбережения под минимальную процентную ставку 20% годовых, максимальную – 24% годовых. Минимальный срок, на который привлекаются личные сбережения под процентную ставку 20 % годовых, составляет 3 месяца, минимальная сумма – 3000 рублей, возможность пополнения не предусмотрена. Минимальный срок, на который привлекаются личные сбережения под процентную ставку 24 % годовых, составляет 6 месяцев, минимальная сумма – 3000 рублей, предусмотрена возможность пополнения.

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе отсутствуют данные условия привлечения личных сбережений, являющиеся существенной для потребителя рекламы информацией, и влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

Помимо этого, в рассматриваемой рекламе отсутствует существенная для потребителя рекламы информация о том, что договор о передаче личных сбережений в пользование КПК «Сберегательная касса» может быть заключен только с членом КПК, оплатившим вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 50 руб.

В ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ закреплено, 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 соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, 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.

При этом, доведение рекламодателем до всеобщего сведения неопределенного круга лиц (потребителей рекламы) существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволяют каждому из потребителей рекламы воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

Так, указание существенной информации в рекламе формальным способом, например мелким, неразборчивым, нечитаемым шрифтом или в течение короткого промежутка времени, лишает потребителей возможности получить сведения об объекте рекламы в полном объеме, и существенная информация является для них недоступной.

Следовательно, размер и способ доведения до потребителя существенной для него информации должен быть таким, чтобы условия воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических

средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если основная информация, указанная крупным шрифтом, воспринимается потребителями указанным образом.

Поскольку рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться рекламируемой финансовой услугой, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы.

В рассматриваемой рекламе существенная для потребителей информация о том, что рекламируемыми услугами (заключение договора о передаче личных сбережений) могут воспользоваться только члены кооператива, а также информация о необходимости уплаты вступительного взноса – 100 руб., паевого взноса в размере 50 руб., расположена в нижней части кадра, выполнена мелким шрифтом, доступна в течение короткого периода времени (3 секунды).

Таким образом, данная существенная для потребителей рекламы информация формально присутствует в рекламе, однако с учетом того, что она размещена в нижней части кадра, выполнена мелким шрифтом, время её считывания ограничено, то она не может быть воспринята потребителями, соответственно, она не доводится до неопределенного круга лиц надлежащим образом.

Следовательно, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5 и п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, в связи с отсутствием существенной информации - всех условий привлечения личных сбережений, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица; а также существенной для потребителя рекламы информация о том, что договор о передаче личных сбережений в пользование КПК «Сберегательная касса» может быть заключен только с членом КПК, оплатившим вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 50 руб.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, за нарушение требований п. 4 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 данного Федерального закона ответственность несет рекламоатель.

ООО «СТС-Иркутск» осуществляет деятельность по вещанию телеканала «Первый развлекательный СТС» и «СТС-Иркутск» на основании лицензии № 20628 от 27.04.2012г. и договоров с ЗАО «Сеть телевизионных станций». Оказание услуги по размещению региональной рекламы в сетевых программных блоках и окнах регионального вещания производится ООО «СТС-Иркутск» через агентов ООО «Ви Ай Иркутск» и ООО «Инвент-Медиа» в соответствии с агентскими договорами.

10.03.2015г. КПК «Сберегательная касса» и ООО «Инвент-Медиа» заключили договор № 54, в соответствии с которым ООО «Инвент-Медиа» приняты обязательства оказать КПК «Сберегательная касса» услуги по изготовлению и/или размещению рекламного материала всех видов заказываемой рекламы, в том числе в интересующих КПК «Сберегательная касса» СМИ – в эфире телевизионных каналов вещания.

Согласно приложению № 54/1 от 10.03.2015г. к договору № 54 от 10.03.2015г., КПК

«Сберегательная касса» поручило ООО «Инвент-Медиа» разместить видеоролик «Сберегательная касса_доходность до 42%_март_2015», продолжительностью 10 секунд, в период времени с 03 по 27 марта 2015 года в эфире телеканала «СТС».

10.03.2015г. ООО «Инвент-Медиа» выставило КПК «Сберегательная касса» счет № С7-00000359 для оплаты услуг по прокату видеоролика в эфире телеканала «СТС».

В соответствии с приходным кассовым ордером № С7-00000076, КПК «Сберегательная касса» произведена 10.03.2015г. оплата услуг ООО «Инвент-Медиа» по прокату видеоролика в эфире телеканала «СТС» в рамках договора № 54 от 10.03.2015г.

28.03.2015г. ООО «Инвент-Медиа» и КПК «Сберегательная касса» подписан акт № 00000236, из которого следует, что услуги по прокату видеоролика в эфире «СТС» в рамках договора № 54 от 10.03.2015г. выполнены ООО «Инвент-Медиа» полностью и в срок, КПК «Сберегательная касса» претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Таким образом, рекламодателем данной рекламы является КПК «Сберегательная касса».

КПК «Сберегательная касса» в Иркутское УФАС России не представлены доказательства прекращения распространения рассматриваемой рекламы.

Руководствуясь частью 1 пункта 2 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 КПК «Сберегательная касса», содержащую следующую текстовую информацию: «г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47-88 СБЕРКАССА до 42 % * годовых», «СБЕРКАССА г. Шелехов, 4 микрорайон, дом 1 тел. (3952) 98-93-88 г. Ангарск, ул. К. Маркса, 21 тел. (3955) 52-00-90 до 42 % * годовых г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47-88», сопровождающуюся аудиотекстом, озвученным женским голосом: «Чем больше денег, тем лучше. Поэтому в «Сберегательной кассе» доход до 42% годовых (далее – по тексту), распространённую в период времени с 03.03.2015г. по 27.03.2015г. эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС», в связи с нарушением требований п. 4 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, поскольку: реклама является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством; в рекламе отсутствует существенная для потребителя рекламы информация о рекламируемом товаре и условиях его приобретения; реклама умалчивает об иных условиях оказания рекламируемых финансовых 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.

2. Выдать КПК «Сберегательная касса» предписание о прекращении нарушения

требования рекламного законодательства.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Иркутского 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 « 13 » октября 2015г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей [198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии