

РЕШЕНИЕ

по делу № 52/04-2016р

Резолютивная часть решения оглашена 05 октября 2016 года.
Киров

г.

В полном объеме решение изготовлено 19 октября 2016 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дела о нарушении законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии – <...> – руководителя управления; Членов Комиссии: <...> – начальника отдела ФРИР Кировского УФАС России, <...> – специалиста 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в отсутствие надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела №52/04-16р заявителя – Отделения по Кировской области Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации (610000, Киров, ул.<...>);

в отсутствие надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела №52/04-16р ответчика – Кредитного потребительского клуба «<...>» (далее -КПК «<...>») (610000, г. Киров, <...>ИНН <...>);

при ведении протокола <...> – специалистом 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

рассмотрев дело № № 52/04-16р, возбужденное по признакам нарушения КПК «<...>» п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального Закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») при размещении в газете «<...>» № 19 (479) от 07.05.2016 года на стр. 7, рекламно-информационном издании «<...>» от 13.05.2016 года на стр. 11, а также в рекламном ежемесячном издании «<...>» № 5 за май 2016 года на стр. 138, рекламной статьи следующего содержания: «Сбережения до 21 % годовых. КРЕДИТНЫЙ КЛУБ <...>. Куда вложить деньги, чтобы получать хорошие проценты? <...>», в тексте статьи мелким шрифтом указано: «Услуги предоставляются членам КПК «<...>». <...> Компания действует на основании ФЗ №190 «О кредитной кооперации», является членом СРО – Некоммерческое партнерство «Межрегиональный союз кредитных кооперативов «Опора кооперации», реестровый номер <...> . Сбережения защищены»;

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление Отделения по Кировской области Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации о нарушении рекламного законодательства при размещении рекламы Кредитного потребительского

кооператива «Дело и деньги», которая является недостоверной и вводит в заблуждение потенциальных пайщиков.

Определением от 07.07.2016 Кировским УФАС России возбуждено дело № 52/04-16р в отношении КПК «<...>» (ИНН <...>), по признакам нарушения п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», рассмотрение назначено на 28.07.2016.

Определением от 28.07.2016 срок рассмотрения дела №52/04-16р продлен до 07.10.2016 и рассмотрение дела отложено в связи с необходимостью запроса у лиц, участвующих в деле, документов и сведений для объективного рассмотрения дела.

Определением от 26.08.2016 рассмотрение дела отложено в связи с необходимостью получения дополнительных документов от лиц, участвующих в деле.

12.09.2016 Комиссией Кировского УФАС России принято решение об объявлении перерыва до 19.09.2016.

Определением от 19.09.2016 рассмотрение дела отложено в связи тем, что, спорный рекламный модуль вынесен на Экспертный Совет по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России, рассмотрение назначено на 05.10.2016 в 10 часов 30 минут.

Заявитель – Отделение по Кировской области Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации, явку на рассмотрение дела № 52/04-16р не обеспечил, ходатайств не заявлял.

Ответчик – КПК «<...>», уведомленный надлежащим образом о дате, времени и месте заседания Комиссии явку представителя не обеспечил, ходатайств не заявлял, запрошенные Управлением документы представил в полном объеме.

На заседании, состоявшемся 19.09.2016, <...> представитель по доверенности от 25.07.2016 года от КПК «<...>» поддержал ранее представленные в материалы дела письменные пояснения, факт нарушения не признал.

Изучив материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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 – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в газете «<...>» № 19 (479) от 07.05.2016 года на стр. 7,

рекламно-информационном издании «<...>» от 13.05.2016 года на стр. 11, а также в рекламном ежемесячном издании «<...>» № 5 за май 2016 года на стр. 138 следующего содержания: «Сбережения до 21 % годовых. КРЕДИТНЫЙ КЛУБ <...>. Куда вложить деньги, чтобы получать хорошие проценты? <...>», адресована неопределенному кругу лиц, так как бесплатная городская газета «<...>» и «<...>» распространяется по почтовым ящикам жителей города Кирова и ближайшего пригорода, «<...>» распространяется по почтовым ящикам по специально сформированной адресной базе, а также по именной подписке индивидуально в почтовые ящики и по статусным местам города Кирова, т.е. информация является общедоступной для всех без исключения категорий населения. Информация направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (КПК «<...>» и оказываемым им финансовым услугам) и его продвижению на рынке товаров, работ и услуг, то есть соответствует требованиям ст. 3 ФЗ «О рекламе» и является рекламой.

Согласно п. 20. ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Рекламный модуль содержит указание крупным шрифтом на организацию, предположительно осуществляющую деятельность по привлечению денежных средств – «КРЕДИТНЫЙ КЛУБ <...>». Организация с указанным наименованием не внесена в реестры некредитных финансовых организаций, имеющих право осуществлять финансовую деятельность. По звучанию указанное наименование сходно с наименованием КПК «Кредитный клуб «<...>» (ОГРН <...>7, ИНН <...>0), не имеющего права привлечения денежных средств пайщиков с 29.07.2015 года в связи с исключением из членов СРО и находящимся с 04.02.2016 в стадии ликвидации. Согласно сведениям из ЕГРЮЛ КПК «Кредитный клуб «<...>» зарегистрирован 04.12.2012 и по настоящее время является действующим. Следовательно, указанный кооператив представлен на рынке кредитных кооперативов длительное время, известен большому кругу потребителей финансовых услуг. Поэтому, не смотря на то, что в спорной рекламе мелким шрифтом указано: «Услуги предоставляются членам КПК «<...>», информация в рекламном модуле не может считаться достоверной, поскольку у потребителя может сложиться впечатление, что лицо, которое оказывает финансовые услуги, это КПК «Кредитный клуб «<...>», либо, что данные организации действуют совместно (КПК «<...>» и КПК «Кредитный клуб «<...>»), так как указаны оба лица.

В результате распространения такой рекламной информации, потребитель может обратиться в КПК «Кредитный клуб «<...>», не имеющий право осуществлять финансовую деятельность.

Таким образом, указана недостоверная информация о лице, оказывающем финансовые услуги, что является нарушением п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 7 ст. 5 Федерального 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.

Согласно сведениям, размещенным на официальном сайте Некоммерческого

партнерства «Межрегиональный союз кредитных кооперативов «Опора кооперации» (далее – НП «МСКК «Опора кооперации») (www.oporacoop.ru) в разделе «Реестр членов» кооператив «<...>» (ИНН <...>) является членом НП «МСКК «Опора кооперации» с 01.03.2016 года.

В рассматриваемом рекламном модуле крупным шрифтом указано «Сбережения до 21 %». При этом мелким шрифтом указаны существенные условия, в том числе: «... при размещении на срок от 3 до 6 месяцев 18 % годовых, на срок от 6 месяцев – 20,68 % ...».

Исходя из содержания рекламы, следует, что максимальный размер сбережений до 21 % годовых (то есть не более 20,99 % годовых).

Согласно пункту 1 части 1 статьи 36 Федерального закона от 18.07.2009 №190-ФЗ «О кредитной кооперации» саморегулируемая организация (СРО) разрабатывает и устанавливает обязательные для членов саморегулируемой организации правила и стандарты. Согласно части 4 статьи 36 Федерального закона «О кредитной кооперации» установленные саморегулируемой организацией правила и стандарты обязательны для исполнения всеми ее членами.

Согласно п. 4 Стандарта НП «МСКК «Опора кооперации» (утвержден Решением Совета НП МСКК «Опора кооперации», протокол от 30.12.2015 № 411, применяется с 01.01.2016 года) максимальная процентная ставка для расчета размера платы за использование привлеченных денежных средств не должна превышать более чем в 1,88 раза ключевую ставку Банка России, установленную на дату заключения договора. На дату размещения рекламы максимальная ставка по привлеченным членом Партнерства денежным средствам не может превышать 20,68 % годовых.

Таким образом, реклама вводит потребителя в заблуждение относительно фактического размера ставки по сбережениям, так как в модуле прописано крупным шрифтом «21%», однако ниже мелким - до «20,68%».

Также в рекламе указаны две организации КПК «<...>» и КПК «Кредитный клуб «<...>», что может ввести потенциального покупателя в заблуждение о лице, предоставляющем финансовую услугу.

Факт возможности введения в заблуждение потребителей относительно фактического размера ставки по сбережениям и лица, оказывающего финансовые услуги, подтверждается позицией членов Экспертного Совета по применению рекламного законодательства при Кировском УФАС России.

Согласно мнению членов Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России, высказанному на заседании 28.09.2016, реклама вводит потребителя в заблуждение относительно размера ставки по сбережениям и относительно наименования организации, предоставляющей финансовые услуги. В данном случае привлекательная информация о размере ставки по сбережениям (до 21%) указана крупным шрифтом, что в совокупности с тематикой рекламы – финансы, ассоциативном рядом с азартом, формирует в рекламе основной акцент именно на цифре 21, а не на реальной ставке. Потребитель может запутаться относительно того обстоятельства, какое лицо оказывает финансовые услуги КПК «<...>» или КПК «Кредитный клуб «<...>», либо данные организации действуют совместно, так как указаны оба лица.

Соответственно, не разобравшись, потребитель может обратиться в любую из этих организаций.

В состав Экспертного Совета при Кировском УФАС России входят представители органов местного самоуправления, научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики, соответственно их мнение можно принять в качестве надлежащего доказательства наличия в рекламе информации, которая может ввести в заблуждение.

С учетом вышеизложенного, реклама, размещенная в газете «<...>» № 19 (479) от 07.05.2016 года на стр. 7, рекламно-информационном издании «<...>» от 13.05.2016 года на стр. 11, а также в рекламном ежемесячном издании «<...>» № 5 за май 2016 года на стр. 138, следующего содержания: «Сбережения до 21 % годовых. КРЕДИТНЫЙ КЛУБ <...>. Куда вложить деньги, чтобы получать хорошие проценты? <...>», в тексте статьи мелким шрифтом указано: «Услуги предоставляются членам КПК «Дело и Деньги». <...> Компания действует на основании ФЗ №190 «О кредитной кооперации», является членом СРО – Некоммерческое партнерство «Межрегиональный союз кредитных кооперативов «Опора кооперации», реестровый номер <...>. Сбережения защищены» не соответствует требованиям п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: Договора № 16/5 на оказание услуг по разработке, изготовлению и размещению рекламной продукции от 21.03.2016, заключенного между ООО «<...>» (Исполнитель) и КПК «<...>» (Заказчик), заявки № 1 от 21.03.2016, акта №16/61 от 28.05.2016, счета № 16/61 от 01.05.2016, платежного поручения № 40 от 05.05.2016, платежного поручения № 50 от 13.05.2016, платежного поручения № 18 от 11.04.2016, Договора № 32 от 04.03.2016, заключенного между ИП <...>. (Исполнитель (<...>) и КПК «<...>» (Заказчик), заявки № 1 от 04.03.2016, Договора № 1133 от 15.03.2016, заключенного между ИП <...> (Исполнитель (<...>)) и КПК «<...>» (Заказчик), акта № 629 от 04.05.2016, копии согласованного макета, заявки б/н к договору, счету № 1322 от 04.04.2016, следует, что заказчиком и рекламодателем данной рекламы является КПК «<...>» (ИНН <...>), определивший объект рекламирования и осуществивший заказ рекламы.

Комиссия решила выдать КПК «<...>» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства, поскольку в материалах дела отсутствуют документы, подтверждающие прекращение размещения спорной рекламы.

На основании ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному

должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении КПК «<...>» (ИНН <...>7, ОГРН <...>) и должностного лица.

Руководствуясь ст. 3, п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5, ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Сбережения до 21 % годовых. КРЕДИТНЫЙ КЛУБ <...>. Куда вложить деньги, чтобы получать хорошие проценты? <...>», в тексте статьи мелким шрифтом указано: «Услуги предоставляются членам КПК «<...>». <...> Компания действует на основании ФЗ №190 «О кредитной кооперации», является членом СРО – Некоммерческое партнерство «Межрегиональный союз кредитных кооперативов «Опора кооперации», реестровый номер <...>. Сбережения защищены», размещенную в газете «<...>» № 19 (479) от 07.05.2016 года на стр. 7, рекламно-информационном издании «<...>» от 13.05.2016 года на стр. 11, а также в рекламном ежемесячном издании «<...>» № 5 за май 2016 года на стр. 138, которая не соответствует требованиям п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Кредитному потребительскому клубу «<...>» (610000, г. Киров, <...>, ИНН <...>7, ОГРН <...>) выдать предписание об устранении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении в отношении КПК «Дело и деньги» и должностного лица КПК «Дело и деньги».

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