

## РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 03-18/75-2014

### О ПРИЗНАНИИ РЕКЛАМЫ НЕНАДЛЕЖАЩЕЙ

«7» ноября 2014 г.

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «22» октября 2014 года

Полный текст решения изготовлен: «07» ноября 2014 года

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

председатель Комиссии

член Комиссии:

член Комиссии:

рассмотрев дело № 03-18/75-2014 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в газете «PRO Город Йошкар - Ола» № 19 (19) от 21.12.2013 на странице 38 рекламной информации следующего содержания:

КРЕДИТНО-ПОСЧЕТНЫЙ КООПЕРАТИВ  
**СБЕРСОЮЗ**  
принимает сбережения

19% на срок до 3 месяцев  
23% на срок до 6 месяцев  
29% на срок до 12 месяцев

Сумма от 10 000 рублей,  
срок от 1 месяца  
Возможность капитализации  
и пополнения

**Личные сбережения застрахованы**  
(Страхование осуществляет ЗАО АСН «Иньвестстрах»)

КПК «СберСоюз» является членом саморегулируемой организации  
РН КПК и членом Ассоциации  
В соответствии с действующим законодательством на основании выданных  
лицензий КПК «СберСоюз» осуществляет деятельность по привлечению вкладов  
и сбережений.  
Для вступления в КПК «СберСоюз» необходимо оплатить обязательный  
вклад в 20 руб.  
Для оформления вклада необходимо обратиться по адресу:  
г. Йошкар-Ола, ул. Рябинина, д. 27, КПК «СберСоюз»  
«До вступления» членом КПК «СберСоюз» не является.

УЛ. РЯБИНИНА, Д. 27  
(ОСТАНОВКА «РЯБИНИНА»)  
ТЕЛ. 72-02-72

Краснодар (8632) 274-24-29  
Ростов-на-Дону (8632) 274-24-29  
Н. Новгород (8332) 274-24-29  
Рязань (8002) 72-02-72  
Адрес: Йошкар-Ола (8362) 72-02-72  
Сайт: sber-soyuz.ru

(далее – Реклама),

при участии представителей КПК «Сберсберегательный Союз»:

- Ч., действующего на основании доверенности от 21.10.2014 г.;

- Д., действующей на основании доверенности от 21.10.2014 г.

Иные лица, участвующие в деле надлежащим образом извещены о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку не обеспечили,

### **УСТАНОВИЛА:**

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) поступило заявление гражданки М., в котором заявитель указывает на несоответствие вышеуказанной рекламной информации требованиям Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».

В своем заявлении М. просит принять меры по предотвращению нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) 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. Под объектом рекламирования понимают товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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).

Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Марийским УФАС России установлено, что в размещенной кооперативом информации объектом рекламирования явилась не только услуга по приему сбережений, но и непосредственно сам КПК «Сберегательный Союз», целью рекламирования которого является привлечение внимания потенциальных потребителей к деятельности кооператива.

Проанализировав содержание спорной информации, способы её размещения и распространения, Комиссия Марийского УФАС России приходит к выводу, что указанная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из материалов дела № 03-18/75-2014 следует, что учредителем печатного издания «PRO Город Йошкар - Ола» является ООО «Город 12», что подтверждается Уставом редакции газеты «PRO Город Йошкар - Ола» от 15.08.2013 и свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 12 – 00154 от 05.08.2013.

В соответствии с пунктом 4.2.1 Устава редакции печатного издания ООО «Город 12» имеет право помещать бесплатно и в указанный им срок сообщения и материалы от своего имени.

Также в материалы дела № 03-18/75-2014 представлен договор купли — продажи печатных площадей (полос) № 8 от 12.08.2013, заключенный между ООО «Город 12» (далее - продавец) и индивидуальным предпринимателем Ш. (далее — покупатель), по условиям которого, печатные площади в газете «PRO Город Йошкар — Ола» принадлежат продавцу на праве собственности. Продавец также передает в собственность, а покупатель принимает и оплачивает в срок печатную площадь.

В силу пункта 1.2 указанного договора покупатель вправе использовать печатные площади по своему усмотрению, в том числе вправе продать их третьим лицам без согласия продавца, а также размещать рекламу третьих лиц.

Так, между ИП Ш. и КПК «Сберегательный Союз» заключен договор № 302 от 29.05.2013 г., предметом которого является возмездное оказание индивидуальным предпринимателем услуг по производству и размещению рекламных информационных материалов в печатном издании «PRO Город Йошкар — Ола», распространяемом на территории Республики Марий Эл.

ООО «Город 12» также представлена заявка на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов от 10.12.2013 г., которая является приложением к договору № 302 от 29.05.2013 г., представлен согласованный макет рекламы за подписью уполномоченного лица КПК «Сберегательный Союз» - К., платежное поручение № 580 от 22.11.2013 г.

В своих письменных пояснениях от 05.06.2014 г. (вх. 4617) ИП Ш. сообщила, что является рекламораспространителем указанной рекламной информации, рекламодателем и рекламопроизводителем — КПК «Сберегательный Союз».

Данное обстоятельство КПК «Сберегательный Союз» не оспаривало, что подтверждается письменными пояснениями кооператива от 29.05.2014 (вх.4349), однако, указало, что рекламопроизводителем спорной рекламы является ИП Ш.

Исходя из предмета и условий договора № 302 от 29.05.2013, заключенного между кооперативом и ИП Ш., индивидуальный предприниматель оказывает услуги как по производству, так и по размещению рекламной информации в газете «PRO Город Йошкар – Ола».

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России на основе собранных по делу доказательств установила, что рекламодателем рассматриваемой рекламной информации является КПК «Сберегательный Союз», рекламопроизводителем и рекламораспространителем - ИП Ш.

В [статье 5](#) Закона о рекламе содержатся общие требования к рекламе, а именно: реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

При этом 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 ([часть 7 статьи 5 Закона о рекламе](#)).

Исходя из анализа приведенных нормативных положений, целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что 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.

При этом в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Следовательно, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламируемой услуге приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

Согласно статье 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135 – ФЗ «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.

В соответствии с представленными учредительными документами в материалы дела № 03-18/75-2014 юридическое лицо зарегистрировано в качестве кредитного потребительского кооператива.

Таким образом, КПК «Сберегательный Союз» является финансовой организацией, а, следовательно, оказывает финансовые услуги.

Тем самым, спорная реклама должна содержать все условия, которые могут повлиять на сумму доходов или расходов лиц, которые воспользуются указанной финансовой услугой.

В тексте спорной рекламы указано, что кооператив принимает сбережения по следующим условиям: минимальная сумма сбережений от 10 000 рублей, минимальный срок приема сбережений от 1 месяца, однако, в рекламе также содержатся сведения о процентных ставках, которые являются программами кооператива по приему сбережений:

- при ставке равной 19% годовых - максимальный срок составляет 3 месяца;
- при ставке равной 23% годовых - максимальный срок составляет 6 месяцев;
- при ставке равной 29% годовых - максимальный срок составляет 12 месяцев.

Согласно условиям Положения о порядке и об условиях привлечения денежных средств членов кредитного потребительского кооператива «Сберегательный Союз», утвержденного протоколом общего собрания членов КПК «Сберегательный Союз» № 5 от 28.08.2012 г. (далее - Положение) при ставке равной 23% годовых установлен иной срок размещения личных сбережений (от 4 до 6 месяцев), при ставке равной 29% годовых срок размещения составляет от 7 до 12 месяцев, максимальная сумма сбережений не ограничена по всем видам процентных ставок, указанных в рекламе.

Необходимо отметить, что в рамках рассмотрения дела № 03-18/75-2014 представители КПК «Сберегательный Союз» указали, что прием сбережений по всем трем видам процентных ставок осуществляется от 1 месяца.

Также внизу рекламного модуля содержится информация о ставке «До востребования» в размере 6% годовых, которая применима при досрочном расторжении договора приема сбережений.

Положением также установлены сроки размещения для данной ставки, которые составляют от 1 до 12 месяцев.

Таким образом, антимонопольным органом установлено, что для каждой процентной ставки определены свои условия, которые не отражены в рекламном модуле.

Указанные условия приема личных сбережений непосредственно влияют на сумму

доходов и расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, поэтому отсутствие данной информации в рекламе способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого продукта.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России установила, что при распространении рекламы КПК «Сберсберегательный Союз» не были отражены все условия, указанные в Положении кооператива, а, следовательно, данная реклама нарушает требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» и является ненадлежащей.

В соответствии со [статьей 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение [части 7 статьи 5](#), пункта 2 части 2 статьи 28 указанного закона несет рекламодатель – КПК «Сберсберегательный Союз».

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.

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 КПК «Сберсберегательный Союз» следующего содержания:



, размещенную в газете «PRO Город Йошкар - Ола» № 19 (19) от 21.12.2013 на странице 38, 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 «Сберсберегательный Союз» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Федерации о рекламе.

**3.** Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии

Члены Комиссии: