

26 ноября 2014 г.

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 13 ноября 2014 года

Решение в полном объеме изготовлено 26 ноября 2014 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель комиссии:

- руководитель А.А. Сешенов,

члены комиссии:

- начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции
Д.А. Шелестенко,

- специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной
конкуренции И.Г. Дубовская,

рассмотрев дело № 30, возбужденное по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, ч.1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» обществом с ограниченной ответственностью «Центр Капитал» <...>,

в присутствии:

представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — ООО «Центр Капитал»: директора <...>,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе было установлено, что в городе Липецк 20.10.2014 г. на телеканале «ТВК Липецк», в промежутке времени с 07 часов 15 минут до 07 часов 20 минут распространялась реклама следующего аудиовизуального содержания: «ДЕНЬГИ В БАНКЕ НЕ РАСТУТ! Мы предлагаем благоприятные условия для Ваших сбережений до 20% годовых ВАШИ СБЕРЕЖЕНИЯ ЗАСТРАХОВАНЫ КАПИТАЛ ИНВЕСТ <...>». В конце рекламного ролика шрифтом маленького размера на короткий промежуток времени была изображена информация, не подвергающаяся прочтению, не воспринимаемая без специальных технических средств, предположительно содержащая обязательные в силу закона сведения.

Данная рекламная информация содержит признаки нарушения ФЗ «О рекламе».

21.10.2014 г. за исх. № 5849-04 в адрес ООО «ТВК» был направлен запрос о предоставлении информации, в ответ на который общество сообщило, что размещением рекламы на телеканале РЕН (ТВК) в городе Липецке занимается ООО «Прайд Медиа» и запрос Липецкого УФАС России перенаправлен в ООО «Прайд Медиа». Из представленных ООО «Прайд Медиа» документов и информации следует, что рекламодателем и рекламопроизводителем указанной выше рекламы является ООО «Центр Капитал», а рекламораспространителем ООО «Прайд Медиа» (на основании договора от 23.05.2013 г. № 687.1). Рекламная информация была предоставлена рекламодателем в готовом виде посредством электронной почты.

Из представленного видеоролика видно, что текст, изображенный шрифтом маленького размера на короткий временной промежуток, звучит следующим образом: «Кредитно потребительский кооператив «Капитал Инвест»». Рекламируемые услуги предоставляются только членам кредитного кооператива «Капитал Инвест». Членство в кооперативе повлечет дополнительные расходы. С условиями членства можно ознакомиться на сайте www.kpkinvest.ru. Обязательный паевой взнос составляет 50 рублей. Вступительный (членский) взнос составляет 450 рублей. Ставка «20% годовых» - максимальная процентная ставка по тарифу «Максимальный». Условия тарифа «Максимальный»: первоначальный взнос не менее 10000 рублей; максимальная сумма личных сбережений не более 3 млн рублей; пополнение возможно, за исключением последних 30 календарных дней (не менее 5000 рублей); при досрочном расторжении договора процентная ставка рассчитывается в размере 6% годовых; начисление процентов по личным сбережениям производится в конце срока договора. Страхование сбережений осуществляет ЗАО АСК «Инвестстрах».

Принимая во внимание технические условия распространения рекламы (видеоролик продолжительностью 15 секунд, ограниченное время считывания информации (2 секунды), шрифт маленького размера), можно сделать вывод о том, что потребитель рекламы лишён возможности ознакомиться с ее полным содержанием.

В виду того, что привлекательная для потребителя информация озвучена, является читаемой и доступной («благоприятные условия для Ваших сбережений до 20% годовых ВАШИ СБЕРЕЖЕНИЯ ЗАСТРАХОВАНЫ»), а информация, которая обязательна в силу закона, не озвучена, выполнена буквами маленького размера, исключая факт её восприятия, и транслируется в течение 2 секунд антимонопольный орган приходит к выводу, что в размещаемой посредством видеоролика рекламе информация о наименовании лица, оказывающем финансовые услуги, информация о наименовании лица, оказывающем страховые услуги, информация об иных условиях оказания услуг по размещению сбережений, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, отсутствует.

Статья 1 ФЗ «О рекламе» в числе целей данного Федерального закона устанавливает в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно п. 1 ст. 3 ФЗ «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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе» говорит, что 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.

п. 3 ст. 3 ФЗ «О рекламе» говорит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Исходя из положений п.1 ст. 3 ФЗ «О рекламе», рекламой является только информация, распространенная каким-либо способом. Поэтому информация, нечитаемая, не воспринимаемая, не обеспечивающая достижение главной цели рекламы – привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, не может рассматриваться как распространенная и размещенная в установленном порядке.

Отсутствие в ФЗ «О рекламе» и подзаконных нормативных актах требований к размеру шрифта и цветовой гамме рекламы само по себе не означает правомерность и возможность размещения (распространения) нечитаемой рекламы (информации), смысл и содержание которой будут недоступны для восприятия потребителями.

С учетом изложенного, в случае, когда сведения формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены до неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель рекламы фактически не получил предусмотренную законом информацию.

Данный вывод антимонопольного органа подтверждается судебной практикой и фактическими обстоятельствами размещения спорной рекламы.

В пункте 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что 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. Поэтому, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это

обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Объектом рекламирования в указанной выше рекламе являются финансовые услуги, оказываемые кредитным потребительским кооперативом «Капитал Инвест (обществом с ограниченной ответственностью «Центр Капитал»)» и услуги по страхованию сбережений, оказываемые закрытым акционерным обществом Акционерная страховая компания «Инвестстрах».

В силу ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Нарушение ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» связано с не предоставлением потребителю обязательной в силу Закона информации о наименовании лиц, оказывающих финансовые и страховые услуги, об условиях размещения денежных средств (сбережений) в потребительском кооперативе «Капитал Инвест», что искажает смысл рекламы и вводит потребителей рекламы в заблуждение.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей. Информация о лицах, предоставляющих финансовую и страховую услуги, об условиях размещения денежных средств является существенной.

Реклама финансовой услуги ООО «Центр Капитал» направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, при этом существенной является не только информация, привлекательная для потребителя (20 % годовых), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие информации о лице, предоставляющем финансовую услугу, о лице, предоставляющем страховую услугу, об условиях размещения денежных средств может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

Закон обязывает формировать у потребителя рекламы правильное (достоверное) представление о соответствующем товаре, реклама должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение. При этом потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления об услуге при восприятии конкретного рекламоносителя, а не совокупности всех распространенных к определенному моменту рекламных материалов.

В соответствии с ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Указание правильных реквизитов организаций, которые предлагают свои услуги и надежное сотрудничество - одна из гарантий соблюдения информационного права клиента. Наименование - индивидуализирующий признак организации. Без его наличия не может быть образовано и вести деятельность юридическое лицо. Требования настоящего закона предусматривают обязательность указания наименования юридического лица при размещении рекламы банковских, страховых и иных финансовых услуг.

Наименование юридического лица включает в себя, кроме непосредственного названия, обязательное указание на его организационно-правовую форму (ООО, АО и иные). Статьей 1473 Гражданского кодекса Российской Федерации также предусмотрено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица (ч.1). Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности (ч.2). Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Юридическое лицо вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках (ч.3).

В нарушение ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе» в рекламе отсутствует указание на наименование юридического лица, предоставляющего финансовую услугу (размещение денежных средств под 20% годовых), а также на наименование юридического лица, оказывающего страховую услугу (страхование сбережений).

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального 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 рекламе ООО «Центр Капитал» сообщается о том, что сбережения размещаются под 20% годовых. Однако информация о том, что указанная услуга предоставляется только членам кредитного потребительского кооператива, что членство в кооперативе повлечет дополнительные расходы, что первоначальный взнос составляет не менее 10000 рублей, максимальная сумма личных сбережений составляет не более 3 миллионов рублей, что пополнение возможно, за исключением последних 30 календарных дней, что сумма пополнения составляет не менее 5000 рублей, что при досрочном расторжении договора процентная ставка рассчитывается в размере 6% годовых, что начисление процентов по личным сбережениям производится в конце срока договора является для потребителей рекламы не воспринимаемой, а, следовательно, отсутствует.

Также реклама умалчивает и об иных условиях оказания услуг по размещению денежных средств, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица: возможности частичного досрочного

списания, капитализации, условиях пролонгации договора.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности, п. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона несёт рекламодатель, которым, в силу п. 5 ст. 3 Закона, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть ООО «Центр Капитал».

Таким образом, реклама ООО «Центр Капитал», распространённая в г. Липецк 20.10.2014 г. на телеканале «ТВК Липецк», в промежутке времени с 07 часов 15 минут до 07 часов 20 минут следующего аудиовизуального содержания: «ДЕНЬГИ В БАНКЕ НЕ РАСТУТ! Мы предлагаем благоприятные условия для Ваших сбережений до 20% годовых ВАШИ СБЕРЕЖЕНИЯ ЗАСТРАХОВАНЫ КАПИТАЛ ИНВЕСТ <...>» содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28, так как в рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемой финансовой услуге по размещению сбережений (денежных средств), информация о наименовании лиц, оказывающих финансовые и страховые услуги, и реклама умалчивает об иных условиях оказания услуг по размещению денежных средств, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

На рассмотрении дела 13.11.2014 г. представитель ООО «Центр Капитал» <...> пояснил, что общество нарушения ФЗ «О рекламе» не отрицает, на момент заключения договора о размещении рекламы обязанности по проведению рекламных кампаний были возложены на директора ООО «Центр Капитал» <...>, макет был согласован с рекламораспространителем. Нарушение произошло вследствие незнания законодательства о рекламе.

К материалам дела были приобщены запрошенные документы и информация.

Оценив доводы лиц, участвующих в рассмотрении дела, проанализировав имеющиеся в материалах дела доказательства, Комиссия приходит к выводу, что реклама финансовых услуг ООО «Центр Капитал» распространена с нарушением требований ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь п. 1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 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 общества с ограниченной ответственностью «Центр Капитал» следующего содержания: «ДЕНЬГИ В БАНКЕ НЕ РАСТУТ! Мы предлагаем благоприятные условия для Ваших сбережений до 20% годовых ВАШИ СБЕРЕЖЕНИЯ ЗАСТРАХОВАНЫ КАПИТАЛ ИНВЕСТ <...>», распространённую в городе Липецк 20.10.2014 г. на телеканале «ТВК Липецк», в промежутке времени с 07 часов 15 минут до 07 часов 20 минут, т. к. нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Центр Капитал» предписание об устранении нарушений законодательства о рекламе в связи с отсутствием в материалах дела сведений об окончании распространения рекламы.

3. Передать материалы дела должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ.

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

Председатель комиссии

А.А. Сешенов

Члены комиссии

Д.А. Шелестенко

И.Г. Дубовская