

« 30 » октября 2015 г.

г. Иркутск

Резолютивная часть решения оглашена 20 октября 2015г.

В полном объеме решение изготовлено 30 октября 2015г.

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя Иркутского УФАС России – начальник отдела антимонопольного контроля; члены Комиссии: начальник отдела контроля рекламы Иркутского УФАС России; специалист-эксперт отдела контроля органов власти Иркутского УФАС России;

рассмотрев дело № 1515 от 09.09.2015г., возбужденное Иркутским УФАС России по факту распространения 18.03.2015г. в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» рекламного видеоролика КПК «Сберегательный Центр «Золотой фонд», содержащего следующую текстовую информацию: «5 лет Золотой Фонд КПК Сберегательный Центр. Начните удачный год с Золотым Фондом пополняйте свой личный бюджет 30 % годовых. Золотой Фонд КПК сберегательный центр ПРОВЕРЕНО ВРЕМЕНЕМ. г. Иркутск, ул. Седова, 34А (130 квартал) (3952) 40-11-88 www.goldenfond.ru», сопровождающуюся следующим аудиотекстом, озвученным мужским голосом: «В год пятилетия особые юбилейные проценты по договорам сбережения. «Золотой Фонд» проверено временем. Телефон в Иркутске 40-11-88»,

в присутствии представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – КПК «Сберегательный Центр «Золотой Фонд» (ИНН 3808216870, ОГРН 1103850034991, 664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 30);

УСТАНОВИЛА:

Иркутским УФАС России 18.03.2015г. в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» выявлен рекламный видеоролик КПК «Сберегательный Центр «Золотой фонд», содержащий следующую текстовую информацию: «5 лет Золотой Фонд КПК Сберегательный Центр. Начните удачный год с Золотым Фондом пополняйте свой личный бюджет 30 % годовых. Золотой Фонд КПК сберегательный центр ПРОВЕРЕНО ВРЕМЕНЕМ. г. Иркутск, ул. Седова, 34А (130 квартал) (3952) 40-11-88 www.goldenfond.ru», сопровождающуюся следующим аудиотекстом,

озвученным мужским голосом: «В год пятилетия особые юбилейные проценты по договорам сбережения. «Золотой Фонд» проверено временем. Телефон в Иркутске 40-11-88». Также в рекламе содержится текст выполненный мелким шрифтом.

В соответствии с определением № 1616 от 25.09.2015г. рассмотрение дела № 1515 назначено на 20.10.2015г.

К участию в его рассмотрении привлечены: рекламодатель – КПК «Сберегательный Центр «Золотой фонд» (далее - КПК «СЦ «Золотой фонд»), заинтересованное лицо – Некоммерческое партнерство «Саморегулируемая организация кредитных потребительских кооперативов «Народные кассы – Союзсберзайм» (далее - НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм»).

В указанную дату в Иркутское УФАС России для участия в рассмотрении дела явились председатели КПК «Сберегательный Центр «Золотой фонд», НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие его представителя. Данное ходатайство Комиссией рассмотрено и удовлетворено.

В ходе рассмотрения дела КПК «Сберегательный Центр «Золотой Фонд» представлены пояснения о том, что 10.03.2015г. Совет НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» принял решение о внесении изменений в Правила и стандарты, касающиеся ограничения процентных ставок по привлечению денежных средств от пайщиков. Данным решением Партнерства утверждено, что члены партнёрства не вправе привлекать денежные средства своих членов по ставке более чем 25% годовых, с учетом всех выплат причитающихся по договору. Порядок и условия привлечения денежных средств членов кредитного кооператива закреплены в соответствующем Положении о порядке и об условиях привлечения денежных средств членов кооператива (пайщиков). Внесение изменений в данное Положение, согласно п.п. 2 п. 3 ст. 17 закона № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» и утверждение Положения в новой редакции относится к исключительной компетенции общего собрания членов кредитного кооператива (пайщиков). Согласно Уставу КПК «Сберегательный Центр «Золотой Фонд», очередное собрание членов КПК проводится во вторую субботу апреля каждого года. Провести оперативно внеочередное общее собрание в форме заочного голосования в марте 2015г., чтобы внести изменения в вышеуказанное Положение после введения СРО нормы 25% годовых, не представлялось возможным, так как пайщики уже были уведомлены о проведении собрания 11 апреля 2015 года. Таким образом, необходимые изменения в Положение о порядке и об условиях привлечения денежных средств членов кооператива (пайщиков) могли быть внесены 11 апреля 2015 года. Также, необходимо отметить, что рекламный видеоролик в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» выявлен 18.03.2015г. Информационное письмо НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» датировано исх. № 385 от 17.03.2015г. Таким образом, КПК «Сберегательный центр «Золотой Фонд» мог узнать о том, что изменилась процентная ставка только в конце марта 2015 года (приблизительный срок доставки письма из г. Москвы в г. Иркутска составляет 10 дней). Права и законные интересы заемщиков в данном случае не нарушаются. КПК «СЦ «Золотой Фонд» выполнены все требования законодательства РФ о рекламе. Помимо этого, представители КПК «СЦ «Золотой фонд» уточнили, что договор о передаче личных сбережений в пользование КПК «СЦ «Золотой фонд» может быть заключен только с

членом КПК, оплатившим вступительный взнос – 100 руб. и паевой взнос – 100 руб., что отражено в Положении о членстве в КПК «СЦ «Золотой Фонд», утвержденном Решением общего собрания членов КПК «СЦ «Золотой Фонд» (протокол общего собрания от 14.04.2012г.).

К пояснениям КПК «СЦ «Золотой Фонд» приложены следующие документы: копия выписки из протокола № 40 Заседания Правления КПК «СЦ «Золотой Фонд»; копия платежного поручения № 197; копия актов № 1111, № 1587 об оказании услуг и взаиморасчетах сторон; типовой договор о передаче членом (пайщиком) личных сбережений в пользование КПК «СЦ «Золотой Фонд»; копия технического задания видеоролика «Юбилейный»; копия договора № 150-106С от 24.12.2014г.

Так же, НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» представило письменные пояснения о том, что с результатами заседаний Совета Партнерства кредитные кооперативы – члены Партнерства могут ознакомиться на официальном сайте НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» в сети «Интернет» в разделе «Решение органов управления» (согласно п.п. 4 ч. 2 ст. 7 ФЗ от 01.12.2007 № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях»). Информационное письмо исх. № 395 от 17.03.2015 года, содержащее сведения об ограничении процентной ставки по сбережениям, отправлено кредитным кооперативам – членам Партнерства на электронные адреса, указанные в информационных картах кредитных кооперативов – членов Партнерства, путем массовой рассылки. Данные, указанные кооперативом в информационной карте заверены подписью единоличного исполнительного органа кооператива и скреплены печатью. Кроме того, вышеуказанная информация была размещена 17.03.2015 года на официальном сайте Партнерства в сети «Интернет» в разделе «Новости». Таким образом, НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» считает, что КПК «СЦ «Золотой фонд» был уведомлен Партнерством в установленные законодательством сроки.

К пояснениям НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» приложены: копия информационного письма исх. № 385 от 17.03.2015г.; скриншот почтового агента The Bat; копия выписки из протокола Заседания Совета НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм»; правила и стандарты НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм».

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

Иркутским УФАС России 18.03.2015г. в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» выявлен рекламный видеоролик КПК «Сберегательный Центр «Золотой фонд», содержащий следующую текстовую информацию: «5 лет Золотой Фонд КПК Сберегательный Центр. Начните удачный год с Золотым Фондом пополняйте свой личный бюджет 30 % годовых. Золотой Фонд КПК сберегательный центр ПРОВЕРЕНО ВРЕМЕНЕМ. г. Иркутск, ул. Седова, 34А (130 квартал) (3952) 40-11-88 www.goldenfond.ru», сопровождающуюся следующим аудиотекстом, озвученным мужским голосом: «В год пятилетия особые юбилейные проценты по договорам сбережения. «Золотой Фонд» проверено временем. Телефон в Иркутске 40-11-88». Также в рекламе содержится текст выполненный мелким шрифтом.

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 «СЦ «Золотой фонд» сбережений граждан, при этом указан размер процентной ставки – 30 % годовых.

КПК «СЦ «Золотой фонд» является членом НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» (свидетельство серия СРО № 2012/191).

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 Объединение кредитных кооперативов «Народные кассы» (Протокол от 12.07.2011г.) утверждены Правила и стандарты НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» (далее – Правила и стандарты).

В п. 9 ч. 4 ст. 5 Правил и стандартов закреплено, что кооператив не вправе привлекать денежные средства от своих членов по ставке более чем 25% годовых, с учетом всех выплат, причитающихся по договору.

Таким образом, КПК «СЦ «Золотой фонд» не вправе привлекать денежные средства своих членов по ставке более 25% годовых.

Следовательно, в рассматриваемой рекламе содержатся сведения о размерах процентных ставок КПК «СЦ «Золотой фонд», не соответствующих установленным Правилами и стандартами требованиям.

Данный вывод антимонопольного органа о том, что КПК «СЦ «Золотой фонд» не имел права привлекать личные сбережения под процентную ставку более 25 % годовых, подтверждается также письмом НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» (вх. № 9849 от 31.08.2015г.), в котором указано, что 02.04.2015г. была проведена плановая выездная проверка деятельности КПК «СЦ «Золотой фонд», в ходе которой выявлено нарушение п. 4 ст. 5 Правил и стандартов в части превышения максимальной процентной ставки по личным сбережениям. Нарушение зафиксировано в акте плановой выездной проверки от 29.05.2015г.

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 Кредитный потребительский кооператив «ИЗИ Кредит» (далее - КПК «ИЗИ КРЕДИТ») (вх. № 8679 от 04.08.2015г.) сообщает следующее. Рекламой КПК «СЦ «Золотой фонд» 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 «СЦ «Золотой фонд» 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 добропорядочные 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 кооперативами, 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 «СЦ «Золотой фонд», 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.

Помимо этого, в ответ на запрос антимонопольного органа ПАО «Промсвязьбанк» в лице ООО «Иркутский» Сибирского филиала (далее – Банк) сообщает следующее (вх. № 8497 от 30.07.2015г.). Принимая во внимание, что максимальная ставка по привлечению вкладов в рублях от граждан в Банке составляет 13,5%, рекламу КПК «СЦ «Золотой фонд» Банк расценивает как акт недобросовестной конкуренции, поскольку нарушается п. 1 ч. 1 ст. 14 ФЗ от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», в частности в указанной рекламе указываются не соответствующие действительности завышенные ставки по привлечению сбережений граждан, при том, что определенная Правилами и стандартами СРО, членами которого является КПК «СЦ «Золотой фонд», максимальная процентная ставка по привлечению денежных средств членов КПК «СЦ «Золотой фонд» не может превышать 25 % годовых. В связи с изложенным Банк полагает, что распространением КПК «СЦ «Золотой фонд» указанной ненадлежащей рекламы Банку 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.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама КПК «СЦ «Золотой фонд» 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 «СЦ «Золотой фонд», не соответствующих правилам и стандартам, обязательным для КПК «СЦ «Золотой фонд», распространение которых может причинить убытки хозяйствующим субъектам. В частности, распространение данных сведений о завышенном размере процентных ставок КПК «СЦ «Золотой фонд» 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 «СЦ «Золотой фонд» сообщается о привлечении личных сбережений. При этом указан размер процентной ставки – 30 % годовых.

КПК «СЦ «Золотой фонд» в антимонопольный орган представлена выписка из протокола № 40 Заседания Правления КПК «СЦ «Золотой фонд» от 21.01.2015г., в которой утверждены следующие условия приема личных денежных сбережений по договору «Юбилейный»: срок хранения – 12 месяцев, годовая процентная ставка – 30 %, минимальная сумма привлекаемых сбережений – 50000 рублей, условия выплаты процентов – ежемесячно, предусмотрена возможность пополнения сбережений – на сумму не менее 5000 рублей не позднее чем за 30 дней до окончания срока договора.

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе отсутствуют данные условия привлечения личных сбережений, являющиеся существенной для потребителя рекламы информацией, и влияющие на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, и 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 «СЦ «Золотой фонд» может быть заключен только с членом КПК, оплатившим вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 100 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 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, 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: срок хранения сбережений составляет 12 месяцев; процентная ставка установлена в размере 30 % годовых; минимальная сумма привлекаемых сбережений – 50000 рублей; проценты выплачиваются ежемесячно; минимальная сумма пополнения сбережений составляет 5000 рублей; пополнение сбережений допускается, но не позднее, чем за 30 дней до окончания срока договора; а так же информация о том, что договор о передаче личных сбережений в пользование КПК «СЦ «Золотой фонд» может быть заключен только с членом КПК, оплатившим вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 100 руб., расположена в верхней части кадра, выполнена мелким шрифтом, доступна в течение короткого периода времени (5 секунд).

Таким образом, данная существенная для потребителей рекламы информация формально присутствует в рекламе, однако с учетом того, что она размещена в верхней 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; о том, что договор о передаче личных сбережений в пользование КПК «СЦ «Золотой фонд» может быть заключен только с членом КПК, оплатившим вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 100 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 ЗАО «Эверест-С» в соответствии с агентскими договорами.

КПК «СЦ «Золотой Фонд» и ЗАО «Видео Интернешнл – Иркутское Агентство» заключили договор № 1501-106С, в соответствии с которым ЗАО «Видео Интернешнл – Иркутское Агентство» приняты обязательства оказать КПК «СЦ «Золотой Фонд» в период с 24.12.2014г. по 31.12.2015г. услуг по проведению рекламной компании «Рекламный проект КПК «СЦ «Золотой Фонд»».

01.02.2015г. КПК «СЦ «Золотой Фонд» и ЗАО «Видео Интернешнл – Иркутское Агентство» подписано дополнительное соглашение к договору № 1501-106С от 24.12.2014г., согласно которому проведена реорганизация ЗАО «Видео Интернешнл – Иркутское Агентство» в форме преобразования в ООО «ВиАй Иркутск». ООО «ВиАй Иркутск» является правопреемником ЗАО «Видео Интернешнл – Иркутское Агентство».

Согласно заявке – гарантийному письму к Договору № 1501-106С от 01.12.2014г. КПК «СЦ «Золотой Фонд» просит ООО «ВиАй Иркутск» оказать услуги по размещению рекламы в форме рекламных роликов в эфире телеканала «СТС» в период с 06.03.2015г. по 25.03.2015г.

25.02.2015г. ООО «ВиАй Иркутск» выставило счет № 1442 КПК «СЦ «Золотой Фонд» для оплаты услуг по размещению видеоматериалов в форме рекламных роликов в эфире телеканала «СТС».

Согласно платежному поручению № 197 от 02.03.2015г. КПК «СЦ «Золотой Фонд» оплатило ООО «ВиАй Иркутск» сумму 324190 рублей 74 копеек за рекламу по счетам № 1430, № 1441, № 1442, № 1443 от 25.02.2015г.

30 марта 2015г. ООО «ВиАй Иркутск» и КПК «СЦ «Золотой Фонд» подписан акт № 1111, из которого следует, что услуги по размещению видеоматериалов в форме рекламных роликов в эфире телеканала «СТС» с 06.03.2015г. по 25.03.2015г. оказаны полностью, в оговоренные сторонами сроки и в соответствии с предъявленными требованиями. КПК «СЦ «Золотой Фонд» никаких претензий по оказанию услуг не имеет.

Таким образом, рекламодателем данной рекламы является КПК «СЦ «Золотой Фонд».

Представители КПК «СЦ «Золотой Фонд» пояснили, что реклама в настоящее время не распространяется.

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 «Сберегательный Центр «Золотой фонд», содержащую следующую текстовую информацию: «5 лет Золотой Фонд КПК Сберегательный Центр. Начните удачный год с Золотым Фондом пополняйте свой личный бюджет 30 % годовых. Золотой Фонд КПК сберегательный центр ПРОВЕРЕНО ВРЕМЕНЕМ. г. Иркутск, ул. Седова, 34А (130 квартал) (3952) 40-11-88 www.goldenfond.ru, сопровождающуюся следующим аудиотекстом, озвученным мужским голосом: «В год пятилетия особые юбилейные проценты по договорам сбережения. «Золотой Фонд» проверено временем. Телефон в Иркутске 40-11-88», распространенную в период с 06.03.2015г. по 25.03.2015г. в 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 обо всех условиях оказания рекламируемых финансовых услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

2. Предписание о прекращении нарушения требования рекламного законодательства не выдавать.

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