РЕШЕНИЕ №Р16/6-04

26.04.2016 г. г. Тюмень

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

Председатель Комиссии: <…> - заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии: <…> - заместитель начальника отдела КСЗ;

<…> - ведущий специалист-эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р16/6, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы в рекламно-информационной газете «Гостиный двор» от 3 декабря 2015 года № 48(1970), а именно на стр. 2, следующего содержания: «ПОВК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ ТЮМЕНИ» рядом-когда надо! С 2007 года ипотечная программа от 5% годовых на срок до 15 лет Наша ипотека – жизни не помеха Экономьте сейчас и на годы вперед! Займы наличными от 10 до 150 тысяч рублей При погашении до 30 дней оплата ТОЛЬКО суммы договора! Каждый месяц – ЛЬГОТНЫЙ! Размещение личных сбережений при размещении на срок от 6 месяцев +10% от обычной ставки Готовьтесь к отпуску сейчас! www.ипотека-касса.рф Сохранность сбережений гарантирована выдачей займов под высоколиквидное обеспечение. Все предложения действительны для Участников Общества. Количество заявок на условиях акции ограничено. Тел.: (3452) 21-76-56, 73-79-40, ул. Республики, 155а, оф. 61»,

при участии:

от ПОВК «Касса взаимопомощи Тюмени» – до перерыва: <…>

(протокол № 1 Общего собрания учредителей ПОВК «Касса взаимопомощи Тюмени», паспорт гражданина РФ),

УСТАНОВИЛА:

Тюменским УФАС России в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.06 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе), в соответствии с Положением о государственном надзоре в области рекламы, утвержденным Постановлением правительства РФ № 1346 от 20.12.2012 г., в рамках реализации полномочий антимонопольного органа по государственному надзору за соблюдением законодательства РФ о рекламе был выявлен факт распространения рекламы, в которой отсутствует часть существенных условий влияющих на полную стоимость оказываемых финансовых услуг, в рекламно-информационной газете «Гостиный двор» от 3 декабря 2015 года № 48(1970), а именно на стр. 2, следующего содержания: «ПОВК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ ТЮМЕНИ» рядом-когда надо! С 2007 года ипотечная программа от 5% годовых на срок до 15 лет Наша ипотека – жизни не помеха Экономьте сейчас и на годы вперед! Займы наличными от 10 до 150 тысяч рублей При погашении до 30 дней оплата ТОЛЬКО суммы договора! Каждый месяц – ЛЬГОТНЫЙ! Размещение личных сбережений при размещении на срок от 6 месяцев +10% от обычной ставки Готовьтесь к отпуску сейчас! www.ипотека-касса.рф Сохранность сбережений гарантирована выдачей займов под высоколиквидное обеспечение. Все предложения действительны для Участников Общества. Количество заявок на условиях акции ограничено. Тел.: (3452) 21-76-56, 73-79-40, ул. Республики, 155а,

оф. 61».

Определением №Р16/6-01 от 26.01.2016г. было возбуждено дело №Р16/6 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия, исследовав имеющиеся материалы дела, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, *рекламой* является 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; *ненадлежащая реклама* - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

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. Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования. Данные выводы соотносятся с имеющейся судебной практикой (Постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 13.10.2015 по делу № А06-5372/2015).

Поскольку, рассматриваемая реклама распространялась в рекламно-информационной газете «Гостиный двор» и тираж данной газеты от 3 декабря 2015 года № 48(1970) составил 168 000 экз., то в данном случае невозможно заранее определить тех лиц, которые станут получателями рекламной информации.

Кроме того, информация, размещенная в рекламно-информационной газете «Гостиный двор» от 3 декабря 2015 года № 48(1970), а именно на стр. 2, следующего содержания: «ПОВК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ ТЮМЕНИ» рядом-когда надо! С 2007 года ипотечная программа от 5% годовых на срок до 15 лет Наша ипотека – жизни не помеха Экономьте сейчас и на годы вперед! Займы наличными от 10 до 150 тысяч рублей При погашении до 30 дней оплата ТОЛЬКО суммы договора! Каждый месяц – ЛЬГОТНЫЙ! Размещение личных сбережений при размещении на срок от 6 месяцев +10% от обычной ставки Готовьтесь к отпуску сейчас! www.ипотека-касса.рф Сохранность сбережений гарантирована выдачей займов под высоколиквидное обеспечение. Все предложения действительны для Участников Общества. Количество заявок на условиях акции ограничено. Тел.: (3452) 21-76-56, 73-79-40, ул. Республики, 155а, оф. 61», направлена на продвижение определенного объекта рекламирования, а именно **на продвижение услуг, предлагаемых ПОВК «Касса взаимопомощи Тюмени», а так же непосредственно самого ПОВК «Касса взаимопомощи Тюмени»,** и, следовательно, полностью соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Закона о рекламе и является рекламной.

Как следует из части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно подпункту 4 статьи 3 Закона «О рекламе» является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 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 заблуждении потребители рекламы.

Согласно п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности 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.

Согласно ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа) определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно ч. 1 ст. 123.2. Гражданского кодекса РФ от 30.11.1994 № 51-ФЗ (далее – ГК РФ), потребительским кооперативом признается основанное на членстве добровольное объединение граждан или граждан и юридических лиц в целях удовлетворения их материальных и иных потребностей, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов.

Как следует из ч. 2 ст. 123.2. ГК РФ, Устав потребительского кооператива должен содержать сведения о наименовании и месте нахождения кооператива, предмете и целях его деятельности, условия о размере паевых взносов членов кооператива, составе и порядке внесения паевых взносов членами кооператива и об их ответственности за нарушение обязательства по внесению паевых взносов, о составе и компетенции органов кооператива и порядке принятия ими решений, в том числе по вопросам, решения по которым принимаются единогласно или квалифицированным большинством голосов, порядке покрытия членами кооператива понесенных им убытков.

Наименование потребительского кооператива должно содержать указание на основную цель его деятельности, а также слово "кооператив". Наименование общества взаимного страхования должно содержать слова "потребительское общество".

Согласно пункту 2 части 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2009 г. № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» (далее - Закон о кредитной кооперации), кредитный потребительский кооператив - добровольное объединение физических и (или) юридических лиц на основе членства и по территориальному, профессиональному и (или) иному принципу в целях удовлетворения финансовых потребностей членов кредитного кооператива (пайщиков).

Согласно пункту 6 части 1 статьи 6 Закона о кредитной кооперации, кредитный кооператив не вправе привлекать денежные средства лиц, не являющихся членами кредитного кооператива, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом.

Согласно части 1 статьи 30 Закона о кредитной кооперации, для осуществления предусмотренной частью 1 статьи 3 настоящего Федерального закона деятельности кредитные кооперативы, членами которых являются физические лица, вправе привлекать денежные средства указанных лиц на основании договоров передачи личных сбережений.

Согласно части 2 статьи 30 Закона о кредитной кооперации, по договору передачи личных сбережений физическое лицо, являющееся членом кредитного кооператива (пайщиком), передает кредитному кооперативу денежные средства на условиях возвратности, платности, срочности.

Рассматриваемая реклама ПОВК «Касса взаимопомощи Тюмени» направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться предоставляемыми услугами. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой – либо части информации о представляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей имеющих намерение приобрести рекламируемый товар.

Указание всех существенных условий определяющих полную стоимость кредита (займа), является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

В целом вводящая в заблуждение реклама может формально являться достоверной, но поскольку рекламодатель умалчивает об отдельных условиях оказываемых услуг, у потребителя складывается

искаженное представление об условиях их приобретения.

Введение в заблуждение является актом недобросовестной конкуренции и представляет собой действия, направленные на формирование неверных представлений в отношении собственных товаров (работ, услуг) или товаров конкурента.

Норма части 7 ст. 5 Закона о рекламе запрещает умалчивать информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре (работ, услуг), об условиях его приобретения или использования.

Согласно понятию рекламы, она направлена неопределенному кругу лиц, а значит, для оценки содержащейся в ней информации не требуется никаких специальных филологических и юридических познаний. Информация, содержащаяся в рекламе, должна очевидно ассоциироваться с объектом рекламирования.

Таким образом, доведение существенной информации до потребителей рекламы должно осуществляется доступными способами и в форме, позволяющей воспринимать такую информацию каждому из неопределенного круга лиц наравне с иными формирующими интерес к объекту рекламирования сведениями.

Под воздействием рекламы потребитель зачастую руководствуется эмоциями, а не объективными достоинствами или недостатками рекламируемого товара. Неопытность и отсутствие необходимых знаний в сфере банковской, страховой, инвестиционной деятельности у значительной части населения не позволяют потребителям принять взвешенное, обдуманное решение и делают их легкой добычей недобросовестных рекламодателей.

Как разъяснено в пункте 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", 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 сведений или условий оказания услуг.

В соответствии с пунктом 25 вышеуказанного постановления, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

К условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

Вместе с тем, как было установлено актом осмотра интернет-сайта www.ипотека-касса.рф (указанного в спорной рекламе) от 09.12.2015г., для того что бы получить ипотеку, кредит или внести вклад, необходимо стать участником общества, внести вступительный взнос 500 рублей, паевый взнос 1000 рублей, а так же при оформлении займа необходимо внести паевый взнос 5000 рублей и страховой взнос 5000 рублей.

В рассматриваемой рекламе указаны следующие условия предоставления ипотечной программы, влияющие на стоимость: срок – до 15 лет, процентная ставка от 15%; Однако, указывая вышеуказанные условия предоставления ипотечной программы, в рассматриваемой рекламе не содержится остальных условий, влияющих на полную стоимость ипотечной программы предлагаемой Потребительским обществом (установлено актом осмотра интернет-сайта www.ипотека-касса.рф (указанного в спорной рекламе) от 09.12.2015г., а так же Положением об ипотечной программе ПОВК «Касса взаимопощи Тюмени» утвержденного решением правления ПОВК «Касса взаимопомощи Тюмени» (Протокол № 5 от 28 августа 2015г.)), а именно:

- сумма первоначального взноса (как минимум 30%);

- обязанность Участника застраховать жизнь и приобретаемый объект недвижимости от риска порчи и утраты с ежегодной пролонгацией до момента полного расчета с Обществом;

- Размер ежегодного членского взноса (% годовых) в зависимости от оформления собственности в собственность Общества или Участника (от 5 до 9%) и первоначального взноса;

- Все расходы по совершению сделки по приобретению недвижимого имущества оплачиваются участником.

При этом необходимо указать, что при ознакомлении с рассматриваемой рекламой, потребитель получает информацию о возможных минимальной процентной ставке и сроке ипотечной программы, которая формирует желание воспользоваться предлагаемой услугой, однако, у потребителя рекламы отсутствует возможность реально оценить все расходы и их размер которые он понесет если решит воспользоваться данной услугой, поскольку в рекламе отсутствует полная и достоверная информация об иных существенных условиях, определяющих его стоимость, таких как: сумма первоначального взноса, обязательное страхование заемщика и приобретаемого недвижимого имущества от рисков, и другие условия.

Вместе с тем рекламодатель не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, которые понесет заемщик, воспользовавшись рекламируемой банковской услугой. Достаточно перечисления таких расходов.

Таким образом, исходя из рассматриваемой рекламы, потребители не получат всю необходимую для осознанного выбора информацию обо всех условиях предлагаемой ипотечной программы, влияющих на ее стоимость, поскольку в ней не содержатся все остальные условия, определяющие ее фактическую стоимость для участника и влияющие на нее.

Такое условие как срок ипотечной программы, безусловно, является существенным условием, поскольку данная величина учитывается при определении стоимости услуги для участника, т.к. влияет, в конечном счете, на размер денежных средств, подлежащих уплате потребительскому обществу за пользование предлагаемой услугой.

Процентная ставка ипотечной программы также является одним из основных существенных условий, которое непосредственно влияет и, в конечном счете, устанавливает стоимость кредита для заемщика.

В рассматриваемой рекламе указаны такие привлекательные условия как срок и минимальная процентная ставка ипотечной программы, однако, об иных условиях предоставления услуги, определяющих ее полную стоимость для участника, Потребительское общество умалчивает, что формирует у потребителя искаженное представление об объекте рекламирования, о его легкодоступности и дешевизне.

Важной информацией для потребителя по договору передачи личных сбережений является информация об условиях договора передачи личных сбережений, влияющих на сумму доходов или расходов, которые может понести потребитель, а именно информация о возможности их пополнения, досрочном снятии денежных средств, истребовании средств, обеспечении возврата личных сбережений и об изменениях условий договора Потребительским обществом в одностороннем порядке, в том числе об изменении процентной ставки, а также наличие различных взносов и прочие условия, которые влияют на сумму расходов или доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица.

Договор передачи личных сбережений заключается на условиях срочности, платности, возвратности. Следовательно, существенными условиями данного договора являются срок его действия, платность за пользование денежными средствами сберегателя, и условие возвратности личных сбережений сберегателю. Срок действия договора является существенным условием, поскольку непосредственно влияет на размер процентной ставки за пользование Кредитным кооперативом денежными средствами сберегателя.

Кроме того, размеры процентной ставки и суммы передаваемых личных сбережений являются существенными условиями данного договора, влияющими на сумму доходов, которую могут получить потребители данной услуги.

В вышеуказанной рекламе указаны следующие условия, влияющие на сумму доходов: срок передачи

личных сбережений (от 6 месяцев), информация о +10% к обычной ставке; однако, сведения, влияющие на сумму доходов или расходов, которые может понести потребитель, такие как: информация о возможности пополнения, досрочном снятии денежных средств, истребовании средств, обеспечении возврата личных сбережений и об изменениях условий договора Потребительским обществом в одностороннем порядке, в том числе об изменении процентной ставки, а также наличие различных взносов, равно как и обычная ставка и прочие условия, в рассматриваемой рекламе не указано.

Рассматриваемая реклама умалчивает о таких существенных условиях, как необходимость внесения взносов; информации о возможности пополнения счета; досрочном снятии денежных средств; истребовании средств; обеспечении возврата личных сбережений; об изменениях условий договора Потребительским обществом в одностороннем порядке, в том числе об изменении процентной ставки, а также о наличии различных взносов и прочие условия, равно как и информации об обычной ставке, которые влияют на сумму расходов или доходов, которые понесут потребители, воспользовавшиеся данной услугой.

Данная информация является существенной для потребителя при принятии решения вопроса о получении ипотеки, кредита, займа, размещения личных сбережений.

Следовательно, обозначенная выше реклама не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствует часть существенных условий, влияющих на полную стоимость оказываемых финансовых услуг, равно как и отсутствует информация о доходах, которые получат лица, воспользовавшиеся данной финансовой услугой.

В соответствии с ч. 4 ст. 38 Закона «О рекламе», нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правоотношениях.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ч.7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Согласно документам, представленным ИП <…> (учредитель и издатель рекламно-информационной газеты «Гостиный двор»), рекламодателем рассматриваемой рекламы является Потребительское общество взаимного кредитования «Касса Взаимопомощи Тюмени» (625046, г. Тюмень, ул. Широтная, д. 123, офис 56. ИНН 7203202157, КПП 720301001, ОГРН 1077203049770).

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, ответчиком не представлено документальных доказательств о прекращении размещения рекламы, в которой отсутствует часть существенных условий, влияющих на полную стоимость оказываемых финансовых услуг.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ПОВК «Касса взаимопомощи Тюмени» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

Р Е Ш И Л А :

1. Признать рекламу, размещенную в рекламно-информационной газете «Гостиный двор» от 3 декабря 2015 года № 48(1970), а именно на стр. 2, следующего содержания: «ПОВК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ ТЮМЕНИ» рядом-когда надо! С 2007 года ипотечная программа от 5% годовых на срок до 15 лет Наша ипотека – жизни не помеха Экономьте сейчас и на годы вперед! Займы наличными от 10 до 150 тысяч рублей При погашении до 30 дней оплата ТОЛЬКО суммы договора! Каждый месяц – ЛЬГОТНЫЙ! Размещение личных сбережений при размещении на срок от 6 месяцев +10% от обычной ставки Готовьтесь к отпуску сейчас! www.ипотека-касса.рф Сохранность сбережений гарантирована выдачей займов под высоколиквидное обеспечение. Все предложения действительны для Участников Общества. Количество заявок на условиях акции ограничено. Тел.: (3452) 21-76-56, 73-79-40, ул. Республики, 155а, оф. 61», **ненадлежащей,** поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ПОВК «Касса взаимопомощи Тюмени» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме _____ года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии <…>

П Р Е Д П И С А Н И Е №Р16/6-05

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

26.04.2016 г. г. Тюмень

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

Председатель Комиссии: <…> - заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии: <…> - заместитель начальника отдела;

<…> - ведущий специалист-эксперт отдела КСЗ

на основании своего решения от 26.04.2016г. №Р16/16-04 о признании ненадлежащей рекламы распространяемой в рекламно-информационной газете «Гостиный двор» от 3 декабря 2015 года № 48(1970), а именно на стр. 2, следующего содержания: «ПОВК «КАССА ВЗАИМОПОМОЩИ ТЮМЕНИ» рядом-когда надо! С 2007 года ипотечная программа от 5% годовых на срок до 15 лет Наша ипотека – жизни не помеха Экономьте сейчас и на годы вперед! Займы наличными от 10 до 150 тысяч рублей При погашении до 30 дней оплата ТОЛЬКО суммы договора! Каждый месяц – ЛЬГОТНЫЙ! Размещение личных сбережений

при размещении на срок от 6 месяцев +10% от обычной ставки Готовьтесь к отпуску сейчас! www.ипотека-касса.рф Сохранность сбережений гарантирована выдачей займов под высоколиквидное обеспечение. Все предложения действительны для Участников Общества. Количество заявок на условиях акции ограничено. Тел.: (3452) 21-76-56, 73-79-40, ул. Республики, 155а, оф. 61», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 №508,

<…>

Члены комиссии

П Р Е Д П И С Ы В А Е Т:

<…>

1. ПОВК «Касса взаимопомощи Тюмени» (адрес: 625046, г. Тюмень, ул. Широтная, д. 123, офис 56. ИНН 7203202157, КПП 720301001, ОГРН 1077203049770), **в десятидневный срок с момента получения настоящего предписания**, устранить нарушение части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе», а именно: прекратить размещение рекламы, 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.

2. В **5-дневный срок с момента исполнения настоящего предписания** ПОВК «Касса взаимопомощи Тюмени» представить письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Тюменское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить административный штраф на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель комиссии <…>

<…>

Члены комиссии

<…>