

РЕШЕНИЕ

по делу № 051/05/5-211/2022

30 мая 2022 г.

г. Мурманск

Резолютивная часть решения оглашена 25 мая 2022 года.

Решение в полном объеме изготовлено 30 мая 2022 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Чеченина Светлана Адольфовна, руководитель Мурманского УФАС России,

Члены Комиссии:

Попова Ирина Николаевна, ведущий эксперт отдела контроля товарных и финансовых рынков Мурманского УФАС России;

Яшина Ольга Евгеньевна, начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Попова Екатерина Александровна, специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мурманского УФАС России,

рассмотрев дело № 051/05/5-211/2022 по признакам нарушения Кредитным потребительским кооперативом «Первое Мурманское общество взаимного кредита» (ИНН 5190921937, ОГРН 1105190009902 от 20.09.2010, адрес: 183038, Мурманская обл., г. Мурманск, пр-кт Ленина, д.68) (далее – КПК «ПМОВК») части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

при участии представителей КПК «ПМОВК» <...> (доверенность от 01.01.2022, сроком на 3 года), <...> (доверенность от 02.09.2020, сроком на 3 года),

в отсутствие заявителя <...>, уведомленной о времени и месте рассмотрения дела должным образом,

УСТАНОВИЛА:

Мурманским УФАС России по поручению Президента Российской Федерации рассмотрено обращение <...>, содержащее указание на нарушение требованиям Закона о рекламе.

Из представленной <...> информации следует, что вдоль дороги по проспекту Кольскому в сторону центра между остановкой общественного транспорта Молодежный проезд и домом №86 по проспекту Кольскому располагается баннер с рекламой услуг КПК «ПМОВК», в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре.

В целях мониторинга наружной рекламы в городе Мурманске 06.04.2022 и 07.04.2022 осуществлена проверка с целью фиксации рекламы, распространяемой с нарушением рекламного законодательства.

Сотрудниками Мурманского УФАС России в присутствии понятых осмотрены две рекламные конструкции (баннеры), расположенные по проспекту Кольскому, вдоль проезжей части

между остановкой общественного транспорта Молодежный проезд и домом №86 по проспекту Кольскому, и по проспекту Ленина, вдоль проезжей части в районе дома 32, рядом с торгово-развлекательным комплексом Мурманск Молл (далее - ТРК Мурманск Молл).

По результатам осмотра осуществлена фотофиксация размещённой на баннерах рекламы и составлены акты осмотра.

На обоих баннерах размещена реклама услуг КПК «ПМОВК».

Первая, осмотренная реклама (Акт осмотра рекламы от 06.04.2022), размещена на баннере по проспекту Кольскому, вдоль проезжей части между остановкой общественного транспорта Молодежный проезд и домом №86 по проспекту Кольскому. Площадь полотна приблизительно 18 кв. метров, ширина примерно 6 метров и высота примерно 3 метра.

Осмотром установлено, что расположенная на баннере реклама повернута в сторону юга, и направлена на привлечение внимания автомобилистов и прохожих,двигающихся вдоль проезжей части от остановки общественного транспорта Молодежный проезд в сторону центра города.

Содержание рекламы: Привлекательная (читаемая) информация «СБЕРЕЖЕНИЯ Для тех, кто хочет сохранить и заработать 24% ПЕРВОЕ МУРМАНСКОЕ ПР.ЛЕНИНА, 68 УЛ. ГЕРОЕВ РЫБАЧЬЕГО, 48 УЛ. ГЕРОЕВ-СЕВЕРОМОРЦЕВ, 45/1 99 44 77 WWW.PROVK.RU» занимает большую часть площади конструкции, выделяется за счёт белого цвета на зелёном фоне, содержит информацию рекламного характера предлагающую сбережения под 24%, наименование организации (Первое Мурманское), адреса офисов, контактный телефон 99-44-77, адрес сайта: www.pmovk.ru.

Под крупными белыми цифрами 24% мелким чёрным шрифтом на зелёном фоне размещён текст не подлежащий прочтению без применения специальных средств.

Вторая рекламная конструкция (Акт осмотра рекламы от 07.04.2022), размещённая на баннере по проспекту Ленина, вдоль проезжей части в районе дома 32, рядом с ТРК Мурманск Молл, содержит аналогичную первой информацию. Площадь полотна приблизительно 18 кв. метров, ширина примерно 6 метров и высота примерно 3 метра.

Расположенная на баннере реклама финансовых услуг повернута в сторону севера, и направлена на привлечение внимания автомобилистов и прохожих,двигающихся вдоль проезжей части от остановки общественного транспорта улица Академика Книповича в сторону остановки общественного транспорта улица Генерала Журбы, а также в сторону ТРК Мурманск Молл.

Содержание рекламы: Привлекательная (читаемая) информация «СБЕРЕЖЕНИЯ Для тех, кто хочет сохранить и заработать 24% ПЕРВОЕ МУРМАНСКОЕ ПР.ЛЕНИНА, 68 УЛ. ГЕРОЕВ РЫБАЧЬЕГО, 48 УЛ. ГЕРОЕВ-СЕВЕРОМОРЦЕВ, 45/1 99 44 77 WWW.PROVK.RU» занимает большую часть площади конструкции, выделяется за счёт белого цвета на зелёном фоне, содержит информацию рекламного характера предлагающую сбережения под 24%, наименование организации (Первое Мурманское), адреса офисов, контактный телефон 99-44-77, адрес сайта: www.pmovk.ru.

Под крупными белыми цифрами 24% мелким чёрным шрифтом на зелёном фоне размещён текст не подлежащий прочтению без применения специальных средств.

Руководителем Коммерческого департамента КПК «ПМОВК» утверждён бланк согласования рекламного баннера №6/н от 05.03.2022. Текст рекламного баннера:

«СБЕРЕЖЕНИЯ

Для тех, кто хочет сохранить и заработать

24%

пр. Ленина, 68

ул. Героев Рыбачьего, 48

ул. Героев-Североморцев, 45/1

99 44 77

www.provk.ru

Кредитный потребительский кооператив «Первое Мурманское общество взаимного кредита». Доходность по договору передачи личных сбережений 24% указана при сумме внесения - от 200 тыс.* руб. до 8 млн.* руб. сроком 4 мес. Возможность довнесения в течение всего срока действия договора отсутствует. Возможность снятия в течении всего срока отсутствует. Способ начисления процентов в конце срока. При досрочном изъятии сбережений проценты пересчитываются по ставке 0,01%. Процентная ставка для расчёта дохода в рублях указана без учёта НДФЛ. Для заключения договора необходимо стать пайщиком и внести добровольный паевой взнос. Кредитный кооператив осуществляет свою деятельность, в том числе, на основе принципа солидарного несения пайщиками кредитного кооператива субсидиарной ответственности по его обязательствам в пределах невнесённой части дополнительного взноса каждого из его пайщиков. Условием вступления в кооператив является уплата Вступительного (10 руб.), Обязательного паевого (10 руб.) и Ежеквартального взносов (10 руб. – в каждый квартал). Действительно на 02.03.2022 *Новые деньги – денежные средства, которые не были отозваны в КПК «ПМОВК» по сроку или по заявлению в последние 90 дней. ИНН 5190921937, ОГРН 11051990009902, Телефон 8 (852) 994477».

К бланку согласования рекламного баннера № б/н от 05.03.2022 приложен графический эскиз баннера.

На представленном эскизе применяются разные шрифты: крупный для обозначения привлекательной информации и мелкий для обозначения иной существенной для потребителя информация. При детальном рассмотрении графического эскиза, ни члены Комиссии, ни представители КПК «ПМОВК» не смогли прочесть информацию написанную мелким шрифтом.

Размещённая на баннерах реклама соответствует утверждённому бланку согласования рекламного баннера № б/н от 05.03.2022 и содержат идентичную рекламную информацию, продвигающую услуги КПК «ПМОВК» в виде возможности размещения сбережений под 24%.

Существенная часть предложений об условиях оформления сбережений, размере и сроках размещения денежных средств, возможности довнесения и снятия, досрочного изъятия сбережений, способе начисления процентов, а также необходимости стать вкладчиком кооператива, в рекламе изображено нечитаемым мелким шрифтом, что не позволяет потребителям рекламы в полной мере её прочесть, осознать.

Следует отметить, что площадь баннеров значительна примерно 18 кв.м., что позволяло, сделать рекламу более информативной для потребителя и учесть, что реклама направлена на потребителей, движущихся в пешеходном потоке и на транспорте.

В ограниченный промежуток времени мелкий чёрный шрифт на зелёном фоне значительного объема не предоставляется возможным прочесть, что не позволяет потребителям рекламы получить из рекламных носителей полную и существенную информацию об условиях предлагаемых сбережений под 24%.

Из анализа текста и способа его выполнения следует, что привлекательная информация «СБЕРЕЖЕНИЯ Для тех, кто хочет сохранить и заработать 24% ПЕРВОЕ МУРМАНСКОЕ ПР.ЛЕНИНА, 68 УЛ. ГЕРОЕВ РЫБАЧЬЕГО, 48 УЛ. ГЕРОЕВ-СЕВЕРОМОРЦЕВ, 45/1 99

WWW.PROVK.RU» выполнена крупным шрифтом, мелким шрифтом указана существенная для потребителя информация – об условиях оформления сбережений, размере и сроках размещения денежных средств, возможности довнесения и снятия, досрочного изъятия сбережений, способе начисления процентов, а также необходимости стать вкладчиком кооператива.

Информация доведена до потребителя ненадлежащим образом вводит потребителя в заблуждение в отношении предлагаемой услуги, поскольку формальное присутствие в рекламе существенной информации, приведенной мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать эти сведения, тем самым искажает смысл рекламы.

В соответствии со статьёй 3 Закона 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;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с частью 7 статьи 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 заблуждение потребители рекламы.

Так как рассматриваемая реклама является наружной, следовательно, она предназначена для восприятия потребителями размещенной на ней информации (относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание).

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

По смыслу данной нормы требуется непосредственно в рекламе привести отсутствующую часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, если приведенные в рекламе сведения, ввиду их недостаточности, порождают заблуждение потребителей рекламы. И доведение до всеобщего сведения неопределенного круга лиц существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из круга неопределенных лиц воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

В случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, нечитаемом на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами, товарами.

Представленная на баннерах реклама является рекламой финансовых услуг.

Согласно пункту 6 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), под финансовой услугой понимается 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.

В соответствии пункту 2 статьи 4 Закона о защите конкуренции, финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в том числе кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, субъект страхового дела, негосударственный пенсионный фонд, и др.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 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.

Размещенная КПК «ПМОВК» реклама не содержит доступную для восприятия информацию об условиях оформления сбережений, размере и сроках размещения денежных средств, возможности доведения и/или снятия, условий досрочного изъятия сбережений, способе начисления процентов, а также категории лиц, имеющих право сделать вклад.

Вместе с тем в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и иная информация, отсутствие которой может обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. Отсутствие в рекламе существенной части информации об условиях вклада, приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой. В свою очередь, возможность уточнения подробностей о рекламируемой финансовой услуге и приобретении товара, по указанному телефону, не заменяет опубликования существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого продукта.

Поэтому, в силу статьи 28 Закона о рекламе, в размещенной рекламе должны быть указаны все остальные условия финансовой услуги, влияющие на ее стоимость. Объем и способ доведения до потребителей условий вклада (сбережений) в рекламе должны быть такими, чтобы условия воспринимались обычным потребителем достаточно ясно и понятно, позволяющими ему при ознакомлении с текстом рекламы иметь возможность правильно и в полном объеме оценить приемлемость условий получения необходимой ему услуги.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе возложена на рекламодателя.

Рекламодателем является КПК «ПМОВК» (ИНН 5190921937, ОГРН 1105190009902 от 20.09.2010, адрес: 183038, Мурманская обл., г. Мурманск, пр-кт Ленина, д.68).

Учитывая вышесказанное, действия КПК «ПМОВК» нарушают требования части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2

статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», рекламу «СБЕРЕЖЕНИЯ Для тех, кто хочет сохранить и заработать 24% ПЕРВОЕ МУРМАНСКОЕ ПР.ЛЕНИНА, 68 УЛ. ГЕРОЕВ РЫБАЧЬЕГО, 48 УЛ. ГЕРОЕВ-СЕВЕРОМОРЦЕВ, 45/1 99 44 77 WWW.PROVK.RU», размещённую в городе Мурманске на рекламных конструкциях (баннерах) по проспекту Кольскому, вдоль проезжей части между остановкой общественного транспорта Молодежный проезд и домом №86 по проспекту Кольскому, и по проспекту Ленина, вдоль проезжей части в районе дома 32, рядом с торгово-развлекательным комплексом Мурманск Молл.

2. Выдать КПК «ПМОВК» (ИНН 5190921937, ОГРН 1105190009902 от 20.09.2010, адрес: 183038, Мурманская обл., г. Мурманск, пр-кт Ленина, д.68) предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», путём устранения допущенных нарушений, приведения текста рекламы в соответствие с требованиями законодательства и недопущения размещения рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации;

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суд (арбитражный суд) в течение трех месяцев со дня изготовления решения в полном объеме.

Председатель Комиссии:

С.А. Чеченина

Члены Комиссии:

И.Н. Попова

О.Е. Яшина

Е.А. Попова