

РЕШЕНИЕ

11 августа 2015 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...>– заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии:

<...>– начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...>– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

рассмотрев дело № 4-05/55 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения части 7 статьи 5, пунктов 1, 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», выразившегося в размещении рекламы финансовых услуг,

в отсутствие представителя ООО «Капитал Актив», надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением требований рекламного законодательства установлено распространение 16 июня 2015 года наружной рекламы (рекламный щит 3м на 6м), размещенной по адресу: г. Хабаровск, ул. Шевчука, 29, следующего содержания:

«Принимаем сбережения, гарантируем доход до 48% годовых! Все застраховано*. Фининвест инвестиции в будущее. Хабаровск, Амурский бульвар, 6. 8 -800-555-86-79».

Информация под звездочкой выполнена мелким нечитаемым шрифтом и расположена перпендикулярно основному тексту, и является недоступной для восприятия.

Кроме того, данная реклама (перетяжки, 1,45 м на 18,70 м; 1,95 м на 19,95 м) распространяется по адресам:

пр-т 60 л. Октября (ост. Сингапур, направление в Южный);

ул. Тихоокеанская (ост. 38 школа);

ул. Волочаевская – ул. Гамарника (направление в центр).

П. Морозова, пер. Спортивный (3м на 6 м);

пер. Студенческий - Лермонтова, 51 (ГИБДД) (3м на 6 м)

Срок распространения рекламы по адресу ул. Волочаевская – ул. Гамарника с 01 июня по 31 августа 2015 года, по остальным адресам с 01 июня по 31 декабря 2015 года.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, целенаправленно направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги. Создавая привлекательные условия возможности по заключению договора личных сбережений, побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения по заключению договора на определенных рекламой условиях.

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

В рекламе отсутствует наименование лица, предоставляющего финансовую

услугу.

Пунктом 1 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности (доходность вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора.

В рекламе указана информация: «Принимаем сбережения, гарантируем доход до 48% годовых! Фининвест инвестиции в будущее...».

По инвестициями понимаются денежные средства, ценные бумаги, вкладываемые в объекты предпринимательской деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта. Инвестирование связано с риском, уровень которого зависит от различных внешних факторов. Опасность возникновения финансовых потерь вследствие наступления неблагоприятных изменений, вероятность которых (потерь) неизвестна, обуславливает высокий уровень рисков для инвесторов. Не обладая достаточной информацией и специальными знаниями, непрофессиональные инвесторы могут неправильно оценить соответствующие риски и, следовательно, заблуждаться относительно эффективности инвестиционной деятельности.

Гарантируя эффективность деятельности и доходность вложений при рекламировании финансовых услуг, рекламодаделец может не достигнуть желаемого результата и неизбежно введет потребителей в заблуждение.

В целях защиты инвесторов от введения в заблуждение вводится запрет на сообщение в рекламе финансовых услуг гарантий или обещаний в будущем эффективности деятельности (доходности вложений).

**Согласно пункту 2 части 2 статьи 28
ФЗ «О рекламе» 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.

Частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, 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 рекламе крупным шрифтом указана информация о приеме сбережений под 48% годовых.

К условиям, влияющим на сумму доходов, относятся: минимальная сумма и максимальная сбережений, срок размещения, процентная ставка, возможность пополнения, минимальный размер дополнительного взноса, периодичность начисления процентов, наличие или отсутствие капитализации, изменение процентной ставки внутри срока договора, процентная ставка при досрочном востребовании сбережений, периодичность выплаты процентов, начисление процентов в случае полного или частичного востребования сбережений до истечения срока договора, иные условия, если их включение в договор может повлиять на сумму денежных средств, которую потребитель должен получить по договору.

Поскольку распространенная кооперативом реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы.

Между тем, распространенная наружная реклама содержит сведения только о максимальной процентной ставке (до 48 %), то есть, дано условие договора финансовых услуг, влияющее на его стоимость, следовательно, реклама должна соответствовать требованиям статьи 28 ФЗ «О рекламе».

На рекламном щите, информация, размещенная справа рекламного щита либо перпендикулярно, не доступна, так как размер шрифта маленький. Для пассажиров и водителей движущегося транспорта время считывания рекламной информации ограничено и, следовательно, информация, нанесенная на баннер мелким шрифтом, также недоступна для восприятия.

Необходимая информация нанесена на баннер наружной рекламы столь мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять информацию о сумме, сроке и это вводит потребителя в заблуждение, что при пользовании обозначенной услугой возможно вложение любой суммы, на любой срок под ставку 48% годовых.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как ограниченное время считывания информации, объем информации, размещенной в рекламе, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя получить полный текст (информацию) рекламы.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации об условиях договора, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями, так как размер шрифта очень маленький и исключена возможность максимального приближения к ней потребителя.

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно усматривается при визуальном просмотре текста наружной рекламы.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написана крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы услуг, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях договора, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

Таким образом, в нарушение требований приведенных выше норм закона указанные условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, в рекламе не указаны.

Отсутствие в рекламе информации об условиях договора, влияющей на сумму доходов, вводит потребителя в заблуждение относительно стоимости товара, что является нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, статьи 28 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем, осуществившим размещение указанной рекламы, является ООО «Капитал Актив». Данный факт подтверждается: договором № 73/15 от 25.05.2015 года, заключенным последним с ООО «Элит», актом приема – передачи рекламных конструкций, счетами на оплату, договором №27/05/2015 аренды рекламных конструкций от 27.05.2015 года, заключенным между ООО «Капитал Актив» и гр. <...>.

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 финансовых услуг, размещенную ООО «Капитал Актив» наружными средствами, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 1, пунктов 1, 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «Капитал Актив» предписание о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 11 августа 2015 года.

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

Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

11 августа 2015 года

г. Хабаровск

Комиссия Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...>– заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии:

<...>– начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...> - ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

на основании своего решения от 11 августа 2015 года по делу № 4-05/55 о признании ненадлежащей рекламы финансовых услуг ООО «Капитал Актив», в связи с отсутствием в рекламе условий, влияющих на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, 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,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Капитал Актив» (ИНН 2724198006, место нахождения: г. Хабаровск, ул. Оборская, 11Б, оф. 25) в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить распространение любым способом, в любой форме, любыми средствами ненадлежащей рекламы финансовых услуг, а именно:

- указывать наименование лица, предоставляющего финансовую услугу;

- реклама не должна содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений);

- не умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

2. ООО «Капитал Актив» (ИНН 2724198006, место нахождения: г. Хабаровск, ул. Оборская, 11Б, оф. 25) представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 25 августа 2015 года.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).