

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

об административном правонарушении № 08-05-17/34

16 октября 2017 года

г. Мурманск

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области Попова Ирина Николаевна, действующая на основании статьи 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее КоАП РФ), пункта 7 части 2 статьи 33 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ (далее Закон о рекламе), рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 08-05-17/34 возбужденного в отношении кредитного потребительского кооператива «Апатиты-кредит»,

### УСТАНОВИЛА:

Отдел архитектуры и градостроительства администрации города Апатиты направило в управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области фотографии рекламы, которую КПК «Апатит-кредит» разместило на фасаде здания №35 по ул. Дзержинского в г. Апатиты, с признаками нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

По мнению специалистов отдела архитектуры и градостроительства администрации, существенная информация о том, что займы предоставляется «\*только для пайщиков кооператива», выполнена мелким не распознаваемым шрифтом, что приводит к искажению смысла рекламы и вводит потребителей рекламы в заблуждение.

В соответствии со статьей 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;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

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

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьями 5-6 Федерального закона от 21.12.2013 N 353-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "О потребительском кредите (займе)".

Статья 5 Закона о рекламе закрепила общие требования к рекламе. В частности, 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 (часть 7 Закона о рекламе); при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации (часть 11 Закона о рекламе). Вместе с тем, реклама финансовых услуг подчинена требованиям статьи 28 Закона о рекламе.

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

Согласно фото таблицы, представленной отделом архитектуры и градостроительства администрации города Апатиты все три баннера размещены на фасаде многоэтажного здания по ул. Дзержинского, д.35 в г. Апатиты.

Баннер площадью 1,2х6м содержит следующую информацию: «Апатиты-Кредит. ЗАЙМЫ до 2-х лет до 200000 руб., на жильё до 600000 руб. погашение материнским капиталом, до зарплаты до 15000 руб. 808007002482 звонок бесплатный, Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308»;

Баннер площадью 1,5х0,5м содержит следующую информацию: «ЗАЙМЫ до 2-х лет на жильё до зарплаты Апатит – кредит 808007002482 звонок бесплатный»;

Баннер площадью 3х3м содержит следующую информацию: «Апатиты-Кредит. Получи свой материнский капитал, оформи заем на жильё 808007002482, звонок бесплатный, г. Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308».

Реклама содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц (наружная баннерная реклама); формирует и поддерживает интерес к «Апатиты Кредит» и его услугам(займы на жильё, до зарплаты); преследует строго заданные цели продвижение услуг.

Объектами рекламирования являются: «Апатиты Кредит»; займы.

Телефон, указанный в рекламе «88007002482», согласно договору об оказании услуг связи № ЛК206 от 2014 года, принадлежит абоненту ИП Титовскому.

Согласно сведений из ЕГРЮЛ КПК «Апатиты-Кредит» Титовский Александр Валерьевич является одним из учредителей и председателем правления кооператива и имеет право действовать без доверенности от имени КПК «Апатиты - Кредит».

В ходе изучения представленных материалов установлено, что по договору аренды нежилого помещения б/н от 01.01.2016 и дополнительному соглашению к договору, арендатор КПК «Апатиты - Кредит» арендует помещения в здании по ул. Дзержинского, д.35 в г. Апатиты, принадлежащего ООО «Бизнес-Индустрия» до 01.12.2017года.

КПК «Апатиты-кредит» заключило договор б/н от 01.10.2016 с ООО «Бизнес-Индустрия» на установку и эксплуатацию трех рекламных конструкций на фасаде

здания по ул. Дзержинского, д.35 в г. Апатиты. Материалы дела содержат копии разрешений на установку рекламных конструкций: № RU-01-06/02-17 от 12.01.2017 баннер площадью 1,2х6м; № RU-01-06/03-17 от 12.01.2017 баннер площадью 3х3м; № RU-01-06/01-17 от 12.01.2017 баннер площадью 1,5-0,5м, выданных КПК «Апатиты-кредит».

Кредитный потребительский кооператив «Апатиты-кредит» (ИНН 5118000452, ОГРН 1125118000457 от 10.07.2012, Юр. адрес: 184209, Мурманская область, г. Апатиты, ул. Дзержинского, д.35, офис 308), согласно сведениям из единого государственного реестра юридических лиц, предоставляет займы и прочие виды кредита (64.92) и осуществляет деятельность по предоставлению прочих финансовых услуг (64.9).

Банк России (Департамент допуска на финансовый рынок (далее - уполномоченное структурное подразделение) ведет реестр в соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 Федерального закона "О кредитной кооперации" на основе сведений, от саморегулируемых организаций кредитных потребительских кооперативов (далее - саморегулируемые организации).

КПК «Апатиты-кредит» входит в реестр саморегулируемой организации кредитных потребительских кооперативов «Содействие» № 208 от 14.09.12 (<http://sro-sodeystvie.ru>).

Согласно Устава КПК «Апатиты-кредит», утвержденного общим собранием членов КПК в форме собрания уполномоченных от 30.06.2014 г., кооператив осуществляет основную деятельность по организации финансовой взаимопомощи пайщиков (п.1.2).

Статьей 2 Устава определено, что кооператив – добровольное объединение пайщиков-физических и юридических лиц на основе членства.

Финансовая взаимопомощь – организованный кооперативом процесс объединения паев накоплений и привлечения денежных средств пайщиков, а также иных денежных средств, для размещения в займы пайщикам.

Пайщик-член кредитного кооператива, физическое или юридическое лицо, признающее устав и удовлетворяющее его требованиям, оплатившее вступительный и обязательный паевой взносы, принятое в кооператив, пользующееся правами и исполняющее уставные обязанности пайщика, соблюдающее правила и процедуры, установленные внутренними нормативными документами кооператива.

По мнению председателя правления КПК «Апатиты-Кредит», в рекламе упоминается срок, цель, сумма займа, а также категория заемщиков, что с точки зрения Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» не является критерием, влияющим на полную стоимость займа. Таким образом, правовых оснований для включения в текст рекламы иных параметров, предусмотренных действующим законодательством, не имеется.

Кооператив, в целях наглядной иллюстрации отсутствия влияния на полную стоимость кредита срока и или суммы займа КПК «Апатиты-кредит» представило 6 таблиц с использованием параметров, указанных в спорной рекламе: 600 000 рублей, 200 000 рублей, 100 000 рублей, 2 года и 1 год, исходя из которых, «полная

стоимость кредита» не меняется и всегда составляет 29,99 % вне зависимости от срока действия договора или суммы, полученной в заем.

Согласно письменным пояснениям КПК «Апатиты-кредит» от 03.10.2017 года, реклама кооператива, с учетом законодательства, регулирующего деятельность последнего, направлена на определенный круг лиц, пайщиков кооператива и, ошибочно полагает, что не содержит совокупных признаков, предусмотренных статьей 3 Закона о рекламе и не попадает под действия 38-ФЗ «О рекламе».

Вместе с тем, КПК «Апатиты-кредит», не признает, что форма и способ представления существенной информации о наименовании кооператива и о предоставлении займов только членам кооператива была не читабельна и вводила потребителей рекламы в заблуждение.

КПК «Апатиты-кредит» вину не признает и полагает, что правовых оснований для выводов о наличии в его действиях нарушения законодательства о рекламе не имеется.

В порядке судебного толкования в Обзоре судебной практики Верховного Суда РФ за первый квартал 2004 года (далее - Обзор) разъясняется, что "под неопределенным кругом лиц понимается такой круг лиц, который невозможно индивидуализировать (определить), привлечь в процесс в качестве истцов, указать в решении, а также решить вопрос о правах и обязанностях каждого из них при разрешении дела" (Бюллетень Верховного Суда РФ. 2004. N 11. С. 27).

В письме Федеральной антимонопольной службы от 5 апреля 2007 г. N АЦ/4624 (далее - письмо) по вопросу о понятии "неопределенный круг лиц", применяемом в законодательстве Российской Федерации о рекламе, сообщается, что в ст. 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. "О рекламе" (далее - Закон о рекламе) 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.

Антимонопольный орган рассмотрел рекламу с точки зрения её восприятия потребителем, оценивая в совокупности место и способ размещения рекламы, форму и содержание рекламы, учитывал первое впечатление от рекламы и исходил из понятия рекламы, которая предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем, вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

Рассматриваемая наружная баннерная реклама размещена на фасаде многоэтажного здания по ул. Дзержинского, д.35 в г. Апатиты и направлена на неопределенный круг лиц.

Учитывая, что рекламные конструкции с рекламным текстом размещены на уровне пятого и четвертого этажа, потребитель не имеет возможности прочесть текст, выполненный в рекламе мелким шрифтом и соответственно получить полную и значимую для него информацию о лице, предоставляющем займы, и о том, что займы, доступны лишь для лиц, вступивших в кредитный потребительский

кооператив.

Анализируя текст рекламы и способ её выполнения (шрифт, цвет, графическое расположение текста) управление пришло к выводу, что привлекательная информация выполнена крупным, цветным выделенным шрифтом примерно от 10 до 30 см и размещена в центре рекламного полотна.

Менее привлекательная информация для инициатора рекламы, но значимая для потребителя рекламы, о том, что предлагаемые займы предоставляются «кредитным потребительским кооперативом» и «только для пайщиков» выполнена в рекламе мелким нечитаемым шрифтом 0,8мм и помещена в верхний угол рекламы.

Автор использует при производстве рекламы шрифты различного размера, меняет цветовую гамму, акцентирует внимание на отдельных фразах, т.е. прибегает к средствам креолизации текста.

Креолизованный текст — текст, фактура которого состоит из двух разнородных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык).

К средствам креолизации вербальных текстов относятся изобразительные компоненты, соседствующие с вербальными и оказывающие существенное влияние на интерпретацию текста, а также все технические моменты оформления текста, влияющие на его смысл. Среди них: шрифт (несколько видов и размеров), цвет, фон текста (цветной или иллюстрированный), средства орфографии, пунктуации и словообразования, иконические печатные символы (пиктограммы, идеограммы и т. п.), графическое оформление вербального текста (в виде фигуры, в столбик и т. п.).

В рассматриваемом рекламном тексте подтекст запланированный автором выражен невербально, но он обладает маркерами, которые сигнализируют потребителю о «нужном», то есть подтекст реализуется в таких контекстно-ситуативных условиях, которые являются предпосылками для «нужного» восприятия рекламного текста. Детальное рассмотрение рекламы показывает, что для усиления акцента, в рекламе на первый план помещены изображение трех улыбающихся мультипликационных лиц с ценовыми предложениями займов, крупным шрифтом выполнено слово «ЗАЙМЫ» и телефон, по которому следует обращаться бесплатно. Однако информация о лице, предоставляющем финансовую услугу помещена вверху, и выполнена шрифтом в десятки раз меньшим, чем весь текст рекламы.

Из рассматриваемой рекламы не следует, что займы предлагает кредитный потребительский кооператив, т.к. шрифт, которым выполнена надпись не читабелен.

Часть 1 статьи 28 Закона о рекламе закрепила требование о том, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В соответствии с пунктом 2 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.

Таким образом, финансовыми услугами являются конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования являются финансовые услуги (займы), предоставляемые КПК «Апатиты-кредит».

В нарушении части 1 статьи 28 Закона о рекламе реклама, размещенная на трех баннерах по адресу г. Апатиты, ул. Дзержинского, д.35, не содержит наименования лица, оказывающего финансовые услуги.

В силу статьи 1473 ГК РФ 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.

2. 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.

3. Юридическое лицо должно иметь одно полное фирменное наименование и вправе иметь одно сокращенное фирменное наименование на русском языке.

Единый государственный реестр юридических лиц содержит следующие сведения о юридическом лице: полное наименование - кредитный потребительский кооператив «Апатиты-Кредит» сокращенное наименование - КПК «Апатиты-Крекдит», ИНН 5118000452, ОГРН 1125118000457 от 10.07.2012, Юр. адрес: 184209, Мурманская область, г. Апатиты, ул. Дзержинского, д.35, офис 308.

Кредитный кооператив является некоммерческой организацией. Деятельность кредитного кооператива состоит в организации финансовой взаимопомощи членов кредитного кооператива (пайщиков) посредством:

1) объединения паенакоплений (паев) и привлечения денежных средств членов кредитного кооператива (пайщиков) и иных денежных средств в порядке, определенном настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами и уставом кредитного кооператива;

2) размещения указанных в пункте 1 денежных средств путем предоставления займов членам кредитного кооператива (пайщикам) для удовлетворения их финансовых потребностей (п. п. 1 - 2 ст. 3 Закона о кредитной кооперации).

Помимо организации финансовой взаимопомощи своих членов кредитный кооператив вправе заниматься иными видами деятельности с учетом ограничений, установленных статьей 6 Закона о кредитной кооперации, при условии, если такая

деятельность служит достижению целей, ради которых создан кредитный кооператив, соответствует этим целям и предусмотрена уставом кредитного кооператива. В частности, кредитный кооператив не вправе в силу пункт 1, пункт 6 части 1 статьи 6 Закона о кредитной кооперации:

- предоставлять займы лицам, не являющимся членами кредитного кооператива (пайщиками);
- привлекать денежные средства лиц, не являющихся членами кредитного кооператива, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом.

Рассматриваемая реклама не раскрывает существенную информацию об обязанности и условиях членства в кредитном кооперативе для получения финансовой взаимопомощи в соответствии с Законом о кредитной кооперации, что является нарушением часть 7 статьи 5, части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

В силу части 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.

В соответствии частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе предусмотрено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности 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.

К условиям, влияющим на стоимость кредита/займа, 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.).

Спорная реклама не содержит четкой информации о необходимости членства в кооперативе, о возникающих в связи с этим обязательствах члена кредитного кооператива по уплате членских взносов, субсидиарной ответственности по обязательствам кооператива, создавая впечатление о том, что любой желающий может получить ту или иную рекламируемую услугу.

Уставом КПК «Апатиты-Кредит» предусмотрено, что пайщик обязан оплатить вступительный и обязательный паевой взносы. Реклама не содержит информацию о сумме обязательных взносов.

Таким образом, неполная информация о дополнительных расходах заемщика (в виде взносов и субсидиарной ответственности по обязательствам кооператива) не позволит потребителю в полной мере оценить свои возможности и сделать правильный для себя выбор, в необходимости получения рекламируемой финансовой услуги.

В рассматриваемой рекламе были указаны только привлекательные условия оказания финансовых услуг, а именно: возможность получения займа "до двух лет-200000 руб."; « на жильё - 600000 руб.» и «до зарплаты 15000 руб.».

Вместе с тем условия, которые позволили бы потребителю правильно и в полном объеме оценить приемлемость условий получения необходимой ему услуги займа, в рассматриваемой рекламе отсутствуют.

Именно информация выполненная мелким шрифтом раскрывает существенную для потребителя информацию о том, что займы предоставляете кредитный потребительский кооператив, а это значит, что для получения займа необходимо выполнить ряд обязательных требований, в первую очередь вступить в кооператив и стать его пайщиком, уплатить вступительный взнос и членский взнос.

Поскольку распространенная обществом реклама услуги по предоставлению в заем денежных средств 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 рекламой.

Утверждение рекламодателя о том, что реклама соответствует в полном объеме рекламному законодательству, не соответствует действительности, поскольку доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное и относительно полное) представление о рекламируемом объекте (финансовой услуге).

Формальное наличие в рекламе существенной информации при ненадлежащей форме ее представления не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе.

Антимонопольным органом приняты во внимание пункт 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" (далее - постановление Пленума ВАС РФ N 58) в корреспонденции с частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе, Закон N 38-ФЗ).

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" следует, что 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.

Понятие существенной информации в Законе о рекламе не содержится, но из смысла части 7 статьи 5 Закона о рекламе следует, что реклама должна содержать не все сведения о конкретном рекламном продукте, а лишь его существенные составляющие, поименованные в законодательных актах. Краткость содержания рекламы допустима, но при условии, что реклама не создает иллюзий о рекламируемом товаре (услуге) и порядке его приобретения (пользования) в целях привлечения интереса потребителей.

При этом потребитель при выборе товара посредством восприятия рекламы делает свой выбор, исходя из самой понятной и самой в его понимании необходимой информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Использование в тексте рассматриваемой рекламы фраз «оформи заем на жилье» - «получи свой Материнский капитал», «Займы до 2-х лет, до зарплаты, на жилье», в отсутствие информации о необходимости вступления в кооператив может создать у потребителя иллюзии о рекламируемых услугах.

Предложенный в рассматриваемой рекламе, размещенной на настенном баннере, способ использования материнского капитала «оформи заем на жилье» - получи свой Материнский капитал» противоречит Федеральному закону "О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей", что является нарушением части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 3 статьи 7 Федерального закона от 29.12.2006 N 256-ФЗ "О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей" лица, получившие сертификат, могут распоряжаться средствами материнского (семейного) капитала в полном объеме либо по частям по следующим направлениям: улучшение жилищных условий; получение образования ребенком (детьми); формирование накопительной пенсии для женщин; приобретение товаров и услуг, предназначенных для социальной адаптации и интеграции в общество детей-инвалидов.

Указанный перечень способов использования средств материнского (семейного) капитала является исчерпывающим и не предусматривает возможности выдачи наличных денег под материнский капитал. Любые способы, предусматривающие так называемое "обналичивание" средств материнского (семейного) капитала, являются незаконными.

Кооператив, считая, что употребив в рекламе формулировку: «Апатиты-Кредит. Получи свой материнский капитал, оформи заем на жилье ...», тем самым воспользовался текстовой конструкцией, используемой на официальном сайте Пенсионным фондом Российской Федерации (единственного распорядителя средств) направленной на доведение возможности реализации права, коим кооператив не обладает.

КПК «Апатиты-Кредит» по запросу антимонопольного органа не представило пояснений и документов кооператива, раскрывающих рекламное предложение: «Получи свой материнский капитал - оформи заем на жилье». К пояснениям

кооператива от 03.10.2017г не приложены документы, раскрывающие предложения КПК «Апатиты-Кредит» о материнском капитале.

Изучив материалы дела и пояснения кооператива, руководствуясь законодательством, антимонопольный орган признал размещенную в январе на фасаде многоэтажного здания по ул. Дзержинского, д.35 в г. Апатиты рекламу:

«Апатиты –Кредит. ЗАЙМЫ до 2-х лет до 200000 руб., на жильё до 600000 руб. погашение материнским капиталом, до зарплаты до 15000 руб. 808007002482 звонок бесплатный, Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308»;

«ЗАЙМЫ до 2-х лет на жильё до зарплаты Апатит – кредит 808007002482звонок бесплатный»;

«Апатиты-Кредит. Получи свой материнский капитал, оформи заем на жильё 808007002482, звонок бесплатный, г. Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308», ненадлежащей, не отвечающей требованиям части 7 статьи 5, части 11 статьи 5, части 1 статьи 28 и пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Место совершения административного правонарушения: ул. Дзержинского, д.35, г. Апатиты, Мурманская область.

Время совершения административного правонарушения: дата размещения рекламы - январь 2017г.

Лицо, совершившее противоправные действия (Субъект административного правонарушения) рекламодатель – КПК «Апатиты-Кредит», ИНН 5118000452, ОГРН 1125118000457 от 10.07.2012, Юр. адрес:184209, Мурманская область, г. Апатиты, ул. Дзержинского, д.35, офис308.

Объект данного административного правонарушения: общественные отношения, возникающие в связи необходимостью соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП).

Санкцией за данное административное правонарушение является наложение административного штрафа на юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Вина КПК «Апатиты-Кредит» заключается в том, что иницируя размещение рекламы, Общество не приняло всех мер, и разместило рекламу с нарушением рекламного законодательства, при этом имея условия для соблюдения требований Закона о рекламе.

КПК «Апатиты-Кредит» в письменных пояснениях акцентирует, что устранило правонарушение, не нанесло своими действиями угрозу общественным отношениям и просит ограничиться устным замечанием и применить статью 2.9 КоАП РФ.

Согласно части статьи 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Согласно пункту 16 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 N 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях" в силу части 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо привлекается к ответственности за совершение административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Состав вменяемого кооперативу правонарушения является формальным, то есть законодатель, используя данную правовую конструкцию нормы при которой ответственность наступает вне зависимости от наступления вредных последствий, учитывал особый характер правонарушений в данной сфере общественных отношений.

Закон о кредитной кооперации является специальным, неизвестен неопределенному кругу лиц (потенциальным потребителям рекламного продукта). Основная цель Закона о кредитной кооперации - определение правовых и организационных основ создания и деятельности кредитных потребительских кооперативов различных видов и уровней.

Потребитель, не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

На момент совершения правонарушения юридическое лицо должно было сознавать противоправный характер своих действий.

Существенная угроза охраняемым общественным отношениям в данной категории правонарушений заключается в пренебрежительном отношении заявителя к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к формальным требованиям публичного права и нарушение законных прав и интересов потребителей рекламы.

Соблюдение требования законодательства о рекламе направлено, прежде всего, на защищенность граждан, как одного из основных конституционных принципов,

закрепленных в статье 2 Конституции Российской Федерации.

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" направлен на реализацию права потребителей на получение добросовестной рекламы, пресечение фактов ненадлежащей рекламы. Поскольку реклама по определению является информацией (пункт 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"), то нормы указанного Закона корреспондируют со статьями 8 - 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" и, по сути, направлены на получение необходимой комплексной информации о рекламируемых товарах, работах, услугах и призваны исключить неправильное представление об объекте рекламирования.

Так, общество не представило в материалы дела каких-либо пояснений относительно обстоятельств, препятствующих соблюдению установленных требований законодательства о рекламе.

Характер совершенного кооперативом правонарушения не позволяет должностному лицу применить малозначительность.

Вместе с тем, установлено, что КПК «Апатиты-Крекдит» является субъектом малого предпринимательства, и административное правонарушение по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ совершил впервые.

Согласно части 1 статьи 4.1.1. КоАП РФ лицам, являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

В соответствии с пунктами 1 и 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

КПК «Апатиты-Крекдит» (ИНН 5118000452, ОГРН 1125118000457 от 10.07.2012, Юр. адрес: 184209, Мурманская область, г. Апатиты, ул. Дзержинского, д.35, офис308) в

течение 2016-2017 годах не привлекалось к ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, т.е. впервые совершило нарушение рекламного законодательства.

При назначении административного наказания должностным лицом учтены фактические обстоятельства дела, отсутствие отягчающих и наличие смягчающих ответственность обстоятельств, а именно, своевременное устранение правонарушения.

С учётом приведённых обстоятельств, должностное лицо считает возможным, за впервые совершенное административное правонарушение, применение части 1 статьи 4.1.1. КоАП РФ в отношении КПК «Апатиты-Кредит», т.е. заменить административное наказание в виде административного штрафа на предупреждение.

Кооператив уведомлен о рассмотрении дела надлежащим образом, определение о времени и месте рассмотрения административного дела получено кооперативом по юридическому адресу 10.10.2017г. Ходатайств, дополнительных материалов и пояснений в адрес антимонопольного органа не поступало.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо, в отношении которого ведётся производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

С учётом приведённых обстоятельств, руководствуясь статьями 2.9, 4.2, 4.3, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### ПОСТАНОВИЛ

Признать виновным КПК «Апатиты-Кредит» (ИНН 5118000452, ОГРН 1125118000457 от 10.07.2012, Юр. адрес: 184209, Мурманская область, г. Апатиты, ул. Дзержинского, д.35, офис308) в совершении нарушения требований части 7 статьи 5, части 11 статьи 5 и части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

2.В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ заменить административное наказание в виде административного штрафа, объявив КПК «Апатиты-Кредит» предупреждение.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подаётся в суд в порядке, предусмотренном главой 30 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Заместитель руководителя управления

Попова И.Н.