



У П Р А В Л Е Н И Е   Ф Е Д Е Р А Л Ь Н О Й   А Н  
П О   Р Е С П У Б Л И К Е   К О М И  
О   П   Р

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № Р 12-04/18 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ  
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

19 апреля 2018 года

№ 03-01/2794

Сыктывкар

**ООО «ВД Сервис»**

Баркляя ул., д. 6, стр. 5, комн. 22м,  
г. Москва, 121087

**КПК «Фонд СФП»**

Карла Маркса ул., д. 197,  
г. Сыктывкар, 167000

<...>

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...>, рассмотрев материалы по обращениям Кредитного потребительского кооператива «Фонд Скорой Финансовой Помощи» (далее – КПК «Фонд СФП») № 101 от 08.02.2018 (вх. № 616 от 12.02.2018), № 108 от 15.02.2018 (вх. № 731 от 19.02.2018), обращению КПК «Фонд СФП» № 100 от 08.02.2018, направленному письмом Отделения - НБ по Республике Коми № Т287-12-11/1065 от 13.02.2018 (вх. № 730 от 19.02.2018), обращению КПК «Фонд СФП» № 107 от 15.02.2018, направленному письмом Управления Роскомнадзора по Республике Коми № 1365-01/11 от 20.02.2018 (вх. № 836 от 22.02.2018), о распространении в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 4 (488) от 27.01.2018 на странице (полосе) 17 рекламы Кредитного потребительского кооператива «Крым» (далее – КПК «Крым») с признаками нарушения требований пунктов 1, 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), о распространении в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 6 (490) от 10.02.2018 на странице (полосе) 19 рекламы КПК «Крым» с признаками нарушения требований пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе,

#### **УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) поступили обращения КПК «Фонд СФП» № 101 от 08.02.2018 (вх. № 616 от 12.02.2018), № 108 от 15.02.2018 (вх. № 731 от 19.02.2018), обращение КПК «Фонд СФП» № 100 от 08.02.2018, направленное письмом Отделения - НБ по Республике Коми № Т287-12-11/1065 от 13.02.2018 (вх. № 730 от 19.02.2018), обращение КПК «Фонд СФП» № 107 от 15.02.2018, направленное письмом Управления Роскомнадзора по Республике Коми № 1365-01/11 от 20.02.2018 (вх. № 836 от 22.02.2018).

1. Из обращений следует, что на полосе 17 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 4 (488) от 27.01.2018 размещена реклама следующего содержания: «КРЫМ кредитный потребительский кооператив Выгоднее, чем в банке! Сберегательные программы Все сбережения застрахованы! \*\* До 20% годовых ул. Коммунистическая, 46 т. <...> Звоните сейчас!». В рассматриваемой рекламе сообщается одно условие оказания соответствующей финансовой услуги, а именно – до 20 % годовых. При этом отсутствуют иные условия оказания таких услуг, влияющие на сумму доходов/расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица – информация о предоставлении указанных услуг только пайщикам кооператива.

В результате рассмотрения материалов по указанным обращениям

установлено следующее.

В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации – газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 4 (488) от 27.01.2018, на странице 17;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: Кредитному потребительскому кооперативу «Крым», сберегательным программам, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 4 (488) от 27.01.2018, на странице 17, является рекламой (далее – реклама-1).

В силу 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 получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Из п. 2 ч. 3 ст. 1 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» (далее – Закон о кооперации) следует, что кредитный потребительский кооператив (далее - кредитный 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).

В соответствии с пп. 2, 6 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга - 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.

Финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник

рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Таким образом, из содержания определений финансовой услуги и финансовой организации следует, что предоставление кредитным потребительским кооперативом, в том числе пайщикам (членам кооператива), услуг по сохранению сбережений, является финансовой услугой, реклама которой должна соответствовать требованиям Закона о рекламе.

В силу п. 2 ч. 1 ст. 4 Закона о кооперации кредитный кооператив привлекает денежные средства своих членов на основании, в том числе договоров передачи личных сбережений, заключаемых с физическими лицами в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным [ЗАКОНОМ](#).

В соответствии с пп. 1, 6 ч. 1 ст. 6 Закона о кооперации кредитный кооператив не вправе, в том числе 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.

К числу лиц, не являющихся членами кредитного кооператива, но у которых кредитный кооператив вправе, в том числе, привлекать денежные средства, относятся лица, указанные в п. 21 ч. 3 ст. 1, ч. 6 ст. 6 Закона о кооперации.

Согласно п. 21 ч. 3 ст. 1 Закона о кооперации привлеченные средства - денежные средства, полученные кредитным кооперативом от членов кредитного кооператива (пайщиков) на основании договоров займа, иных договоров, предусмотренных настоящим Федеральным законом, а также денежные средства, полученные кредитным кооперативом от юридических лиц, не являющихся членами кредитного кооператива (пайщиками), на основании договора займа и (или) договора кредита.

В силу ч. 6 ст. 6 Закона о кооперации кредитные кооперативы вправе привлекать средства Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, кредитных организаций и иных юридических лиц в случае, если учредительными документами указанных юридических лиц предусмотрено финансирование кредитных кооперативов.

Для вступления в члены кооператива с целью получения займа предусмотрены дополнительные расходы, такие как уплата обязательного паевого взноса, а также уплата вступительного и членского взноса.

Реклама финансовых услуг КПК «Крым» не содержит информации об обязательном паевом взносе и членских взносах членами кооператива. Таким образом, отсутствуют существенные условия, влияющие на сумму расходов, которые понесет потребитель рекламы, воспользовавшись рекламируемой услугой.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе отсутствует информация о том, для какой категории лиц она предназначена, учитывая, что кредитные кооперативы могут предлагать услуги только своим пайщикам.

Поскольку распространенная реклама финансовой услуги 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. Отсутствие всех существенных условий может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

В рекламе-1 указано одно существенное условие: процентная ставка по сбережениям (до 20% годовых), рекламодатель привлекает внимание к оказываемым финансовым услугам, вместе с тем информация о том, что данные условия тесно взаимосвязаны с иными критериями: суммой сбережений, сроком сбережений и иными критериями, является существенной, и её отсутствие в любом случае вводит потребителей в заблуждение относительно возможности получения сбережений до 20% годовых.

Согласно 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 заблуждение потребители рекламы.

В связи с вышеизложенным, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

КПК «Фонд СФП» ссылается на нарушение рекламного законодательства в связи с размещением в выпуске газеты «ПРО ГОРОД» № 4 (488) от 27.01.2018 рекламы о привлечении сбережений по процентной ставке до 20% годовых, что явно превышает максимально разрешенный размер процентной ставки по сбережениям и является полным игнорированием рекомендаций Центрального Банка РФ.

Письмом № 03-05/1352 от 26.02.2018 Коми УФАС России запрашивало у

заявителя: копии рекомендаций и писем Банка России, на которые имеется ссылка в обращениях КПК «Фонд СФП»; имеющиеся доказательства неактуальности и (или) недостоверности данных о процентной ставке, указанных в представленных рекламах; иную информацию и копии документов, имеющие значение для рассмотрения обращений.

В ответ на вышеуказанное письмо заявителем представлена письменная информация и подтверждающие документы, в соответствии с которыми, согласно п. 3.8.2 «Базового стандарта совершения кредитным потребительским кооперативом операций на финансовом рынке» (утв. Банком России, Протокол от 27.07.2017 № КФНП-26) размер платы (процентов, компенсации) за использование кредитным кооперативом привлеченных денежных средств члена кредитного кооператива (пайщика) устанавливается в процентах годовых. При этом максимальный размер платы (процентов, компенсации) за использование кредитным кооперативом привлеченных денежных средств члена кредитного кооператива (пайщика) с учётом всех выплат, причитающихся по договору передачи личных сбережений, не может превышать 1,8 (одну целую восемь десятых) ключевой ставки, установленной Банком России на дату заключения договора передачи личных сбережений.

Кроме того, заявитель приводит довод том, что по решению Центрального банка Российской Федерации от 15.12.2017 ключевая ставка была снижена с 8,25% до 7,75%, данная процентная ставка по сбережениям действовала с 18.12.2017 по 11.02.2018. Таким образом, максимально разрешенный размер процентной ставки по сбережениям для кредитных кооперативов не должен превышать  $7,75 \cdot 1,8 = 13,95\%$ .

В целях установления достоверности и обоснованности вышеуказанных доводов заявителя, письмом № 03-05/2121 от 26.03.2018 Коми УФАС России направлен запрос в адрес Отделения – Национального банка по Республике Коми. В указанном запросе были поставлены следующие вопросы: является ли процентная ставка в размере до 20% годовых по сбережениям, указанная в рекламе кредитного потребительского кооператива (с указанием такой ставки по актуальности на 27.01.2018), допустимой и не превышающей максимально разрешенный Центральным Банком РФ размер процентной ставки (с просьбой обосновать позицию со ссылкой на соответствующие нормативно-правовые акты); является ли процентная ставка в размере до 14,53% годовых по сбережениям, указанная в рекламе кредитного потребительского кооператива (с указанием такой ставки по актуальности на 18.12.2017), допустимой и не превышающей максимально разрешенный Центральным Банком РФ размер процентной ставки (с просьбой обосновать позицию со ссылкой на соответствующие нормативно-правовые акты); являются ли информация Центрального Банка РФ «Банк России принял решение снизить ключевую ставку на 50 б.п., до 7,75% годовых», информация Центрального Банка РФ «О процентных ставках по специализированным инструментам рефинансирования Банка России» (утв. решением Совета

директоров Банка России от 15.12.2017) обязательными для исполнения кредитными потребительскими кооперативами.

Письмом № Т287-05-24/2492 от 06.04.2018 (вх. № 1786 от 09.04.2018) Отделение – Национальный банк по Республике Коми сообщило, что из норм Закона о кооперации следует, что действующее законодательство не предусматривает регулирование, в том числе Банком России, процентных ставок по договорам передачи физическими лицами кредитному кооперативу личных сбережений, при условии, что данные лица являются членами такого кооператива.

В соответствии с ч. 11 ст. 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» на момент заключения договора потребительского кредита (займа) полная стоимость потребительского кредита (займа) не может превышать рассчитанное Банком России среднерыночное значение полной стоимости потребительского кредита (займа) соответствующей категории потребительского кредита (займа), применяемое в соответствующем календарном квартале, более чем на одну треть.

Информация о решениях Совета директоров Банка России, публикуемая на официальном сайте Банка России в сети Интернет, является способом доведения до делового сообщества и широкой общественности действий Банка России по реализации единой государственной денежно-кредитной политики, а также позиции Банка России по отдельным вопросам, и носит информационный характер.

Ключевая ставка Банка России является основным инструментом денежно-кредитной политики Банка России и представляет собой минимальную (максимальную) ставку, по которой банки могут подавать заявки на аукционы по предоставлению (изъятию) ликвидности. Специализированные инструменты рефинансирования Банка России представляют собой отдельные механизмы предоставления Банком России кредитов кредитным организациям, нацеленные на решение конкретных, наиболее важных задач, стоящих перед банковской системой.

Кредитные потребительские кооперативы не являются контрагентами Банка России по операциям денежно-кредитного регулирования. В связи с изложенным, изменение ключевой ставки Банка России не может считаться обязательным для исполнения кредитными кооперативами в рамках действующих договорных отношений.

Вместе с тем, согласно п. 1.4 «Базового стандарта совершения кредитным потребительским кооперативом операций на финансовом рынке» (утв. Банком России, Протокол от 27.07.2017 № КФНП-26) базовый стандарт обязателен для исполнения всеми кредитными потребительскими кооперативами, осуществляющими свою деятельность на основании Закона о кооперации, вне зависимости от членства в саморегулируемой

организации в сфере финансового рынка, объединяющей кредитные кооперативы.

В соответствии с п. 3.8.2 размер платы (процентов, компенсации) за использование кредитным кооперативом привлеченных денежных средств члена кредитного кооператива (пайщика) устанавливается в процентах годовых. При этом максимальный размер платы (процентов, компенсации) за использование кредитным кооперативом привлеченных денежных средств члена кредитного кооператива (пайщика) с учётом всех выплат, причитающихся по договору передачи личных сбережений, не может превышать 1,8 (одну целую восемь десятых) ключевой ставки, установленной Банком России на дату заключения договора передачи личных сбережений.

По решению Центрального банка Российской Федерации от 15.12.2017 ключевая ставка была снижена с 8,25% до 7,75%, данная процентная ставка по сбережениям действовала с 18.12.2017 по 11.02.2018. Таким образом, максимально разрешенный размер процентной ставки по сбережениям для кредитных кооперативов не должен превышать  $7,75 * 1,8 = 13,95\%$ . КПК «Крым» в газете «ПРО ГОРОД» № 4 (488) от 27.01.2018 разместил рекламу с процентной ставкой по сбережениям **до 20% годовых**.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе указанный размер процентной ставки по сбережениям превышает 13,95%.

В соответствии с п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе [недостовойной](#) признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Исходя из представленной заявителем информации и анализа указанных документов, можно прийти к выводу о том, что рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

КПК «Фонд СФП» ссылается на нарушение рекламного законодательства в связи с размещением в выпуске газеты «ПРО ГОРОД» № 4 (488) от 27.01.2018 сравнения с банками, а именно «Выгоднее, чем в банке», при этом информация о том, о каких именно банках идёт речь в указанной рекламе, – стеклянных или иных, отсутствует.

В силу п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе [недостовойной](#) признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

**При таких обстоятельствах реклама-1 размещена с признаками нарушения требований пунктов 1, 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.**



2. Из обращений следует, что на полосе 19 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 6 (490) от 10.02.2018 размещена реклама следующего содержания: «КРЫМ кредитный потребительский кооператив СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ВЫГОДНЕЕ, чем в банке!\* потому что Максимальная доходность\*\* до 14,53% годовых с капитализацией вы получите еще больше! СБЕРЕГАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА «ВИП» ул. Коммунистическая, 46 <...> kpkkrym.ru Финансовые услуги предоставляет КПК «Крым» ОГРН: 1159102105799, является членом Союза СРО «НОКК», НКО НОВС в соответствии с Положением «О порядке и об условиях привлечения денежных средств членов КПК «Крым», исключительно для членов КПК «Крым». При вступлении в члены для физ. лиц уплата взносов: вступительный 100 руб., обязательный паевой 100 руб. Полная информация о программе сбережений «ВИП»: сумма – от 200 000 руб.; срок: 6 или 12 месяцев; процентная ставка 13,95 (14,3%) или 14,53% (15,48%) годовых (ставки в скобках - с учетом капитализации). Ставки актуальны на 18.12.2017. \*Под фразой «Выгоднее, чем в банке» подразумевается, что хранить деньги в КПК «Крым» выгоднее, чем в стеклянной банке. \*\*Под максимальной доходностью понимается максимальная ставка среди иных ставок по программам сбережений КПК «Крым».

По мнению заявителя, в рассматриваемой рекламе указаны неактуальные данные по процентным ставкам до 14,53% годовых, актуальность ставок указана на 18.12.2017, при этом, согласно рекомендациям Центрального Банка РФ с 18.12.2017 ключевая ставка по вкладам снижена до 7,75% годовых, следовательно, кредитные кооперативы должны были пересмотреть свои ставки по сбережениям в соответствии со стандартами СРО. Заявитель полагает, что данная информация может вводить в заблуждение и дает основания предполагать о недостоверности размещенной рекламы в газете «PRO ГОРОД».

В результате рассмотрения материалов по указанным обращениям установлено следующее.

В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации – газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 6 (490) от 10.02.2018, на странице 19;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования;

Кредитному потребительскому кооперативу «Крым», сберегательным программам, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 6 (490) от 10.02.2018, на странице 19, является рекламой (далее – реклама-2).

Заявителем представлена письменная информация и подтверждающие документы, в соответствии с которыми, согласно п. 3.8.2 «Базового стандарта совершения кредитным потребительским кооперативом операций на финансовом рынке» (утв. Банком России, Протокол от 27.07.2017 № КФНП-26) размер платы (процентов, компенсации) за использование кредитным кооперативом привлеченных денежных средств члена кредитного кооператива (пайщика) устанавливается в процентах годовых. При этом максимальный размер платы (процентов, компенсации) за использование кредитным кооперативом привлеченных денежных средств члена кредитного кооператива (пайщика) с учётом всех выплат, причитающихся по договору передачи личных сбережений, не может превышать 1,8 (одну целую восемь десятых) ключевой ставки, установленной Банком России на дату заключения договора передачи личных сбережений.

Кроме того, заявитель приводит довод том, что по решению Центрального банка Российской Федерации от 15.12.2017 ключевая ставка была снижена с 8,25% до 7,75%, данная процентная ставка по сбережениям действовала с 18.12.2017 по 11.02.2018. Таким образом, максимально разрешенный размер процентной ставки по сбережениям для кредитных кооперативов не должен превышать  $7,75 \cdot 1,8 = 13,95\%$ .

КПК «Крым» в номере газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 6 (490) от 10.02.2018 разместил рекламу с процентной ставкой по сбережениям **до 14,53% годовых** (с указанием на то, что ставки актуальны на 18.12.2017).

- образом, в рассматриваемой рекламе указанный размер процентной ставки по сбережениям превышает 13,95%.

В соответствии с п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе [недоуверной](#) признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Исходя из представленной заявителем информации и анализа указанных документов, можно прийти к выводу о том, что рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

**При таких обстоятельствах реклама-1 размещена с признаками нарушения требований пунктов 1, 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, реклама-2 размещена с признаками нарушения**

## **требований пункта 4 части 3 статьи 5.**

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 1, 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несёт ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

ИП <...> представлены копии документов и письменная информация, из которой следует, что рекламораспространителем рассматриваемых реклам является ИП <...>, рекламодателем и рекламопроизводителем - ООО «ВД Сервис». Между рекламодателем и рекламораспространителем подписан договор и соглашение, в рамках которого редакция размещала информацию рекламодателя два раза в месяц через номер <...> Рекламодатель направлял готовые макеты рекламораспространителю посредством электронной почты. Сотрудники редакции совершали допечатную подготовку макетов полос, отправляли их в типографию, а по готовности и доставке газета распространялась по почтовым ящикам. Содержание и наполнение рекламных макетов определено рекламодателем и с ним согласовано. Для размещения в № 4 (488) от 27.01.2018 рекламодателем был прислан макет № 1, но по ошибке Редакции в газете вышел макет № 2. Данный довод находит свое подтверждение в одном из приложенных к письму скриншоте электронной почты. Макет № 2 был согласован еще осенью, для других номеров, по другому договору. Для размещения в № 6 (490) от 10.02.2018 рекламодателем был прислан макет № 3, он был согласован и вышел в газете.

К вышеуказанным письменным пояснениям приложены копии договора № 15 от 01.01.2018, соглашение о внесении дополнения от 01.02.2018 (которое, как указывает ИП <...>, по соглашению сторон является заявкой), акт выполненных

работ за февраль 2018, скриншоты электронной почты.

Согласно п. 2.1.4 вышеуказанного договора, где ООО «ВД Сервис» является Заказчиком, ИП <...> – Исполнителем, Исполнитель обязан своевременно устно предупреждать Заказчика о возможных нарушениях законодательства о рекламе в части содержания рекламной информации. В том случае, если Заказчик настаивает на размещении рекламы, не соответствующей действующему законодательству, то он несет всю ответственность за нарушение законодательства. При этом подтверждающим документом является предупредительное письмо, с которым Заказчик знакомится под роспись.

В соответствии с п. 2.2.1 договора Исполнитель вправе отказаться от выполнения работ и/или услуг по настоящему Договору в случае, если материалы и информация, предоставляемые Заказчиком по своему содержанию, оформлению не соответствуют требованиям, установленным действующим законодательством и условиям настоящего Договора, не соответствуют техническим стандартам и формату средства массовой информации, в порядке, установленном в пункте 2.3.3 настоящего Договора.

В силу п. 4.2 договора Исполнитель несет ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе в части, касающейся времени, места и средств размещения рекламы. При изготовлении рекламного продукта Заказчику, Исполнитель несет ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе в части оформления, производства и подготовки рекламы.

Из представленных материалов следует, что рекламораспространителем рассматриваемых реклам является ИП <...>, рекламодателем и рекламопроизводителем - ООО «ВД Сервис».

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе, п. 20, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Приказа ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 «Об утверждении Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

#### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

1. Возбудить производство по делу № Р 12-04/18 по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – КПК «Фонд СФП», адрес места нахождения: 167000, г. Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д. 197.

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, - ООО «ВД Сервис», адрес места нахождения: 121087, г. Москва, ул. Баркляя, д. 6, стр. 5, комн. 22м.

2.3. заинтересованное лицо, - ИП <...>

3. Назначить дело № Р 12-04/18 к рассмотрению **на 18 мая 2018 года на 14 часов 10 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. **ООО «ВД Сервис» в срок не позднее 16 мая 2018 года** представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

4.1. О рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе рассматриваемых реклам (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц).

4.2. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рассматриваемых реклам.

4.3. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рассматриваемых реклам.

4.4. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемых реклам, их наполнение, кем, когда и каким образом одобрены (утверждены, согласованы) рекламы, в случае, если рекламы не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.5. О периоде распространения рассматриваемых реклам, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения.

4.6. О территории (укажите субъекты Российской Федерации)

распространения рассматриваемых реклам.

4.7. О причинах размещения рассматриваемых реклам без учета требований п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

4.8. О должностном лице ООО «ВД Сервис», по вине которого произошло нарушение рекламного законодательства (с приложением копий приказа о назначении на должность, должностной инструкции, служебного контракта (договора, соглашения) со всеми дополнениями, изменениями на дату представления документов и указанием сведений о фактическом месте жительства должностного лица).

4.9. Письменные объяснения должностного лица, указанного в пункте 4.8 настоящего определения, поясняющие обстоятельства размещения рассматриваемых реклам в нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, в том числе входил ли в должностные обязанности указанного должностного лица контроль за соответствием размещаемых рекламных материалов требованиям рекламного законодательства в период распространения рассматриваемых реклам, со ссылкой на должностную инструкцию.

4.10. Паспортные данные (копию с 2-ой по 7-ую страницы паспорта) должностного лица, указанного в пункте 4.8 настоящего Определения, с указанием даты и места рождения, адреса регистрации по месту жительства.

5. **ООО «ВД Сервис»** обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

6. **ИП <...>** явиться лично (с паспортом) и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

7. **Заявителю** обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

8. **О возможности рассмотрения дела в отсутствие лиц, участвующих в деле, сообщить не позднее 16 мая 2018 года**, предварительно по факсу (8212) 21-41-29 или на электронный адрес: [toll@fas.gov.ru](mailto:toll@fas.gov.ru) и направить такое обращение по почте.

**Примечание:**

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения, укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота.

**В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа.**

Председатель комиссии <...>