

Постановление № 340

о назначении административного наказания по делу № 233

об административном правонарушении

«30» ноября 2015г.

г. Иркутск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области, рассмотрев материалы административного дела № 233 от 19.11.2015г., а также протокол № 233 от 19.11.2015г. об административном правонарушении, составленный в отношении КПК «Сберегательный Центр «Золотой Фонд»,

УСТАНОВИЛ:

Иркутским УФАС России выявлен рекламный видеоролик КПК «Сберегательный Центр «Золотой фонд», распространявшийся с 06.03.2015г. по 25.03.2015 г. в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС», содержащий следующую текстовую информацию: «5 лет Золотой Фонд КПК Сберегательный Центр. Начните удачный год с Золотым Фондом пополняйте свой личный бюджет 30 % годовых. Золотой Фонд КПК сберегательный центр ПРОВЕРЕНО ВРЕМЕНЕМ. г. Иркутск, ул. Седова, 34А (130 квартал) (3952) 40-11-88 www.goldenfond.ru», сопровождающуюся следующим аудиотекстом, озвученным мужским голосом: «В год пятилетия особые юбилейные проценты по договорам сбережения. «Золотой Фонд» проверено временем. Телефон в Иркутске 40-11-88». Также в рекламе содержится текст выполненный мелким шрифтом.

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; объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ).

В данном рекламном ролике содержится информация о приеме КПК «СЦ «Золотой фонд» сбережений граждан, при этом указан размер процентной ставки – 30 % годовых.

КПК «СЦ «Золотой фонд» является членом НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» (свидетельство серия СРО № 2012/191).

В п. 1 ч. 1 ст. 36 ФЗ «О кредитной кооперации» от 18.07.2009 № 190-ФЗ закреплено, что саморегулируемая организация разрабатывает и устанавливает в соответствии с настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными актами Банка России обязательные для членов саморегулируемой организации правила и стандарты.

Решением Совета Некоммерческого партнерства Объединение кредитных кооперативов «Народные кассы» (Протокол от 12.07.2011 г.) утверждены Правила и стандарты НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» (далее – Правила и стандарты).

В п. 9 ч. 4 ст. 5 Правил и стандартов закреплено, что кооператив не вправе привлекать денежные средства от своих членов по ставке более чем 25% годовых, с учетом всех выплат, причитающихся по договору.

Таким образом, КПК «СЦ «Золотой фонд» не вправе привлекать денежные средства своих членов по ставке более 25% годовых.

Следовательно, в рассматриваемой рекламе содержатся сведения о размерах процентных ставок КПК «СЦ «Золотой фонд», не соответствующих установленным Правилами и стандартами требованиям.

Данный вывод антимонопольного органа о том, что КПК «СЦ «Золотой фонд» не имел права привлекать личные сбережения под процентную ставку более 25 % годовых, подтверждается также письмом НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм» (вх. № 9849 от 31.08.2015 г.), в котором указано, что 02.04.2015 г. была проведена плановая выездная проверка деятельности КПК «СЦ «Золотой фонд», в ходе которой выявлено нарушение п. 4 ст. 5 Правил и стандартов в части превышения максимальной процентной ставки по личным сбережениям. Нарушение зафиксировано в акте плановой выездной проверки от 29.05.2015 г.

В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ, недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В п. 9 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ, недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 14 ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ, не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации.

По запросу антимонопольного органа Кредитный потребительский кооператив

«ИЗИ КРЕДИТ» (далее - КПК «ИЗИ КРЕДИТ») (вх. № 8679 от 04.08.2015г.) сообщает следующее. Рекламой КПК «СЦ «Золотой фонд» могли быть причинены убытки КПК «ИЗИ КРЕДИТ» по следующим критериям: нанесение вреда репутации КПК «ИЗИ КРЕДИТ», т.к. привлечение денежных средств под столь высокий процент является высоко рискованной сделкой и ведет к неисполнению обязательств, и как следствие, недоверие ко всей сфере кооперации; дополнительный риск может состоять в том, что КПК «СЦ «Золотой фонд» может не иметь договора страхования привлекаемых сбережений или вводить в заблуждение пайщиков, выдавая за полисы страхования финансовых рисков обычные полисы страхования жизни. Это создает дополнительную нагрузку на компенсационный фонд СРО. Основываясь на вышеизложенном, с большой уверенностью можно констатировать, что членов КПК «ИЗИ КРЕДИТ» и прочих кооперативов (которые ведут свою деятельность согласно общепринятым в СРО условиям по привлечению сбережений, рекомендациям ЦБ РФ и т.д.) заманивают высокими процентами по сбережениям. Данный факт впоследствии может отразиться на всей сфере кредитной кооперации не только в регионе, но и в целом по стране. Из-за таких недобросовестных организаций ложится неприятный осадок на добросовестные кооперативы, так как КПК «ИЗИ КРЕДИТ» подчас приходится принимать членов иных кооперативов пострадавших от действий подобных недобросовестных игроков. За июнь-июль 2015г. сотрудники КПК «ИЗИ КРЕДИТ» дали 12 (8 из них даны пенсионерам) консультаций членам кооперативов «МигЗайм» и «Экспресс Деньги», которые также привлекли пайщиков в свои кооперативы высокими процентами. Эти кооперативы в данный момент не возвращают размещенные средства, каждый из обиженных пайщиков ищет помощи или консультации, но в целом уже сформировался негативный тренд. Люди вступать в новые кооперативы не спешат. Из бесед с членами кооператива «Экспресс Деньги», которые сейчас не могут получить свои сбережения, выяснилось и то, что данный кооператив вводил в заблуждение, говоря, что их сбережения застрахованы, но по факту кооператив страховал их жизнь и здоровье, а не финансовые риски. Если присмотреться, то рекламы с завышенными ставками более чем достаточно в городе Иркутске, и это не только телеканалы, это и остановки общественного транспорта, сам общественный транспорт пестрит заманчивыми постерами, множество расклеенных листовок на столбах, суть которых одна – обогатиться, разместив подчас последние скопленные средства под небывало высокий процент. Отсюда вытекает нецелесообразность размещения рекламы добросовестными кооперативами, КПК «ИЗИ КРЕДИТ» приходится тратить рекламный бюджет на рекламу, на которую заведомо никто не будет реагировать, так как сторонний кооператив заманивает рекламой сулящей чуть ли не золотые горы и безбедную старость. В результате действий КПК «СЦ «Золотой фонд», численность КПК «ИЗИ КРЕДИТ» практически перестала расти, за первое полугодие членами КПК «ИЗИ КРЕДИТ» пожелали стать всего 37 человек, из них только 5 человек по городу Иркутску. Двое пайщиков КПК «ИЗИ КРЕДИТ» разметили денежные средства в других кооперативах, мотивируя это более высокими процентами. Текущие вкладчики КПК «ИЗИ КРЕДИТ» отказываются продлевать договоры личных сбережений из-за того, что их не устраивает малая, по их мнению, доходность, что влет за собой изъятие из фонда взаимопомощи взносов вкладчиками своих сбережений. Это оставит менее обеспеченных членов кооператива без займа, следовательно, они, с большей уверенностью можно сказать, прекратят членство в КПК «ИЗИ КРЕДИТ». Что касается убытков, то можно пояснить, что результат действий подобных кооперативов предугадать несложно, они провоцируют выход из порядочных кооперативов пайщиков, в следствие будут расформированы и закрыты кооперативы, которые

вели свою деятельность, опираясь на закон, СРО и ЦБ, а не добросовестные кооперативы будут сулить новые золотые горы и безоблачное будущее. Итог будет один, добросовестный кооператив не сможет привлечь в свои ряды пайщиков, т.к. его предложения не конкуренты на рынке предлагаемых услуг.

Помимо этого, в ответ на запрос антимонопольного органа ПАО «Промсвязьбанк» в лице ООО «Иркутский» Сибирского филиала (далее – Банк) сообщает следующее (вх. № 8497 от 30.07.2015г.). Принимая во внимание, что максимальная ставка по привлечению вкладов в рублях от граждан в Банке составляет 13,5%, рекламу КПК «СЦ «Золотой фонд» Банк расценивает как акт недобросовестной конкуренции, поскольку нарушается п. 1 ч. 1 ст. 14 ФЗ от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», в частности в указанной рекламе указываются не соответствующие действительности завышенные ставки по привлечению сбережений граждан, при том, что определенная Правилами и стандартами СРО, членами которого является КПК «СЦ «Золотой фонд», максимальная процентная ставка по привлечению денежных средств членов КПК «СЦ «Золотой фонд» не может превышать 25 % годовых. В связи с изложенным Банк полагает, что распространением КПК «СЦ «Золотой фонд» указанной ненадлежащей рекламы Банку могут быть причинены убытки (в том числе упущенная выгода), а именно: отток действующих вкладов и/или отсутствие интереса в размещении денежных средств в Банке потенциальными вкладчиками.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама КПК «СЦ «Золотой фонд» не соответствует требованиям п. 4 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, поскольку является актом недобросовестной конкуренции, т.к. содержит сведения о размере процентных ставок КПК «СЦ «Золотой фонд», не соответствующих правилам и стандартам, обязательным для КПК «СЦ «Золотой фонд», распространение которых может причинить убытки хозяйствующим субъектам. В частности, распространение данных сведений о завышенном размере процентных ставок КПК «СЦ «Золотой фонд» по договорам передачи личных сбережений может способствовать оттоку пайщиков из других кредитных потребительских кооперативов и вкладчиков банков, а также отказу потенциальных вкладчиков от заключения договора банковского вклада с банками, отказу потенциальных членов иных кредитных потребительских кооперативов от вступления в данные кредитные потребительские кооперативы и заключения договора передачи личных сбережений.

Кроме того, реклама не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5 и п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ на основании следующего.

В рассматриваемой рекламе КПК «СЦ «Золотой фонд» сообщается о привлечении личных сбережений. При этом указан размер процентной ставки – 30 % годовых.

КПК «СЦ «Золотой фонд» в антимонопольный орган представлена выписка из протокола № 40 Заседания Правления КПК «СЦ «Золотой фонд» от 21.01.2015г., в которой утверждены следующие условия приема личных денежных сбережений по договору «Юбилейный»: срок хранения – 12 месяцев, годовая процентная ставка – 30 %, минимальная сумма привлекаемых сбережений – 50000 рублей, условия выплаты процентов – ежемесячно, предусмотрена возможность пополнения сбережений – на сумму не менее 5000 рублей не позднее чем за 30 дней до окончания срока договора.

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе отсутствуют данные условия привлечения личных сбережений, являющиеся существенной для потребителя рекламы информацией, и влияющие на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, и на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

Помимо этого, в рассматриваемой рекламе отсутствует существенная для потребителя рекламы информация о том, что договор о передаче личных сбережений в пользование КПК «СЦ «Золотой фонд» может быть заключен только с членом КПК, оплатившим вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 100 руб.

В ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ закреплено, 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 соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, 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.

При этом, доведение рекламодателем до всеобщего сведения неопределенного круга лиц (потребителей рекламы) существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из потребителей рекламы воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

Так, указание существенной информации в рекламе формальным способом, например мелким, неразборчивым, нечитаемым шрифтом или в течение короткого промежутка времени, лишает потребителей возможности получить сведения об объекте рекламы в полном объеме, и существенная информация является для них недоступной.

Следовательно, размер и способ доведения до потребителя существенной для него информации должен быть таким, чтобы условия воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если основная информация, указанная крупным шрифтом, воспринимается потребителями указанным образом.

Поскольку рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться рекламируемой финансовой услугой, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы.

В рассматриваемой рекламе существенная для потребителей информация о том, что: срок хранения сбережений составляет 12 месяцев; процентная ставка установлена в размере 30 % годовых; минимальная сумма привлекаемых

сбережений – 50000 рублей; проценты выплачиваются ежемесячно; минимальная сумма пополнения сбережений составляет 5000 рублей; пополнение сбережений допускается, но не позднее, чем за 30 дней до окончания срока договора; а так же информация о том, что договор о передаче личных сбережений в пользование КПК «СЦ «Золотой фонд» может быть заключен только с членом КПК, оплатившим вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 100 руб., расположена в верхней части кадра, выполнена мелким шрифтом, доступна в течение короткого периода времени (5 секунд).

Таким образом, данная существенная для потребителей рекламы информация формально присутствует в рекламе, однако с учетом того, что она размещена в верхней части кадра, выполнена мелким шрифтом, время её считывания ограничено, то она не может быть воспринята потребителями, соответственно, она не доводится до неопределенного круга лиц надлежащим образом.

Следовательно, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5 и п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, в связи с отсутствием существенной информации: всех условий привлечения личных сбережений, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица; о том, что договор о передаче личных сбережений в пользование КПК «СЦ «Золотой фонд» может быть заключен только с членом КПК, оплатившим вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 100 руб.

30.10.2015г. Комиссией Иркутского УФАС России вынесено решение № 549 о признании ненадлежащей рекламного видеоролика КПК «Сберегательный Центр «Золотой фонд», распространенного с 06.03.2015г. по 25.03.2015г. в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС», содержащего следующую текстовую информацию: «5 лет Золотой Фонд КПК Сберегательный Центр. Начните удачный год с Золотым Фондом пополняйте свой личный бюджет 30 % годовых. Золотой Фонд КПК сберегательный центр ПРОВЕРЕНО ВРЕМЕНЕМ. г. Иркутск, ул. Седова, 34А (130 квартал) (3952) 40-11-88 www.goldenfond.ru», сопровождающуюся следующим аудиотекстом, озвученным мужским голосом: «В год пятилетия особые юбилейные проценты по договорам сбережения. «Золотой Фонд» проверено временем. Телефон в Иркутске 40-11-88».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, за нарушение требований п. 4 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 данного Федерального закона ответственность несет рекламодатель.

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с [законодательством](#) Российской Федерации об административных правонарушениях (ч. 4 ст. 38 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ).

Принятое решение № 549 от 30.10.2015г. Комиссии Управления федеральной антимонопольной службы по Иркутской области послужило основанием для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении КПК «СЦ «Золотой фонд» путем составления протокола № 233 от 19.11.2015г. об административном правонарушении.

Определением № 2023 от 19.11.2015г. было назначено время и место рассмотрения

дела № 233 об административном правонарушении, а именно 30.11.2015г. в 15 ч. 30 мин. по адресу: г. Иркутск, ул. Российская, 17, каб. 619.

Согласно ч. 3 ст. 25.4 КоАП РФ, дело об административном правонарушении, совершенном юридическим лицом, рассматривается с участием его законного представителя или защитника. В отсутствие указанных лиц дело может быть рассмотрено лишь в случаях, предусмотренных [частью 3 статьи 28.6](#) настоящего Кодекса, или если имеются данные о надлежащем извещении лиц о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило ходатайство об отложении рассмотрения дела либо если такое ходатайство оставлено без удовлетворения.

В указанную дату явился защитник КПК «СЦ «Золотой фонд» - <...>.

В ходе рассмотрения дела об административном правонарушении было установлено, что защитником КПК «СЦ «Золотой фонд» при составлении протокола об административном правонарушении даны пояснения, согласно которым КПК «СЦ «Золотой фонд» не отрицает факт совершения правонарушения лишь в части предоставления недостоверной информации. КПК «СЦ «Золотой фонд» просит обратить внимание Иркутское УФАС России на то, что к моменту начала рассмотрения дела по факту нарушения законодательства о рекламе, нарушение устранено, выпущен новый рекламный ролик с процентной ставкой 25% годовых. Так же защитник КПК «СЦ «Золотой фонд» указывает на то, что показания конкурентов не влияют на существо разбирательства дела (КПК «СЦ «Золотой фонд» и ПАО «Промсвязьбанк» являются несопоставимыми юридическими лицами исходя из цели деятельности и статуса). Так же КПК «СЦ «Золотой фонд» поясняет, что вопрос относительно доступности и читаемости информации в рассматриваемом рекламном ролике не является предметом рассмотрения дела, так как шрифт, используемый в рекламе, вполне доступен для чтения всеми лицами, доводы, изложенные на странице 5 Протокола (за 2 секунды) не соответствует действительности. Данный вопрос не был исследован при рассмотрении дела, следовательно, данное утверждение неверно.

Указанные доводы рассмотрены и признаны необоснованными в связи со следующим.

Согласно ст. 1 ФЗ от 02.12.1990 N 395-1 "О банках и банковской деятельности" банк - кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

Таким образом, КПК «СЦ «Золотой фонд» и ПАО «Промсвязьбанк» одной из своих целей имеют привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, следовательно, являются конкурентами. На основании этого, Иркутским УФАС России учтены показания ПАО «Промсвязьбанк» в лице ООО «Иркутский» Сибирского филиала для дачи юридической оценки действию КПК «СЦ «Золотой фонд».

В ходе рассмотрения дела, Иркутским УФАС России был тщательно исследован вопрос о доступности и читаемости существенной для потребителя информации, указанной в рекламном ролике. В ходе такого исследования, Иркутское УФАС

России пришло к выводу, что данная информация формально присутствует в рекламе, однако с учетом того, что она размещена в верхней части кадра, выполнена мелким шрифтом, время её считывания ограничено (5 секунд), то она не может быть воспринята потребителями. Соответственно, она не доводится до неопределенного круга лиц надлежащим образом. Данные доводы отражены в Протоколе № 233, с которым 19.11.2015г. были ознакомлены присутствующие при составлении Протокола № 233 защитники. Помимо этого данный Протокол был направлен в адрес КПК «СЦ «Золотой фонд» и вручен по доверенности Широковой Ю.В. 24.11.2015г.

Установлено время совершения административного правонарушения – с 06.03.2015г. по 25.03.2015г.

Установлено место совершения административного правонарушения – эфир телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» в г. Иркутске и близлежащих населенных пунктах согласно приложению № 3 к лицензии серия ТВ № 12030 от 13.06.2007г., выданному ООО «СТС-Иркутск».

Объектом данного административного правонарушения является установленный порядок производства и распространения рекламы.

Объективная сторона правонарушения выражается в распространении с 06.03.2015г. по 25.03.2015г. в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» рекламного видеоролика КПК «Сберегательный Центр «Золотой фонд», содержащего следующую текстовую информацию: «5 лет Золотой Фонд КПК Сберегательный Центр. Начните удачный год с Золотым Фондом пополняйте свой личный бюджет 30 % годовых. Золотой Фонд КПК сберегательный центр ПРОВЕРЕНО ВРЕМЕНЕМ. г. Иркутск, ул. Седова, 34А (130 квартал) (3952) 40-11-88 www.goldenfond.ru», сопровождающуюся аудиотекстом, озвученным мужским голосом: «В год пятилетия особые юбилейные проценты по договорам сбережения. «Золотой Фонд» проверено временем. Телефон в Иркутске 40-11-88», с нарушением требований п. 4 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ, рекламодателем которого является КПК «СЦ «Золотой фонд».

Субъектом правонарушения является КПК «СЦ «Золотой фонд», как рекламодатель, определивший содержание и допустивший распространение с 06.03.2015г. по 25.03.2015г. в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» рекламного видеоролика КПК «Сберегательный Центр «Золотой фонд», содержащего следующую текстовую информацию: «5 лет Золотой Фонд КПК Сберегательный Центр. Начните удачный год с Золотым Фондом пополняйте свой личный бюджет 30 % годовых. Золотой Фонд КПК сберегательный центр ПРОВЕРЕНО ВРЕМЕНЕМ. г. Иркутск, ул. Седова, 34А (130 квартал) (3952) 40-11-88 www.goldenfond.ru», сопровождающуюся аудиотекстом, озвученным мужским голосом: «В год пятилетия особые юбилейные проценты по договорам сбережения. «Золотой Фонд» проверено временем. Телефон в Иркутске 40-11-88», с нарушением требований п. 4 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ.

Субъективную сторону деяния характеризует вина. КПК «СЦ «Золотой фонд» должен был знать о том, что не допускается: недобросовестная реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством; 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; реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг, умалчивающая 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, однако он данную обязанность не исполнил.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Учитывая изложенное, КПК «СЦ «Золотой фонд» допущено административное правонарушение, предусмотренное ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии со ст. 24.1 КоАП РФ, всесторонне исследованы материалы административного дела, возбужденного в отношении КПК «СЦ «Золотой фонд».

В соответствии со ст. 26.1 КоАП РФ обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, не установлено.

В ст. 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях указано, что при назначении административного наказания учитываются характер совершенного административного правонарушения, имущественное и финансовое положение лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В пункте 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02 июня 2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» указано, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного, судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

При этом квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях (пункт 18.1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02 июня 2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях»).

По смыслу статьи 2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Существенная угроза охраняемым правоотношениям может выражаться не только в наступлении каких – либо материальных последствий правонарушения, но и в пренебрежительном отношении субъекта предпринимательской деятельности к

исполнению своих публично-правовых обязанностей, к формальным требованиям публичного права. Следовательно, наличие или отсутствие существенной угрозы охраняемым общественным правоотношениям может быть оценено судом только с точки зрения степени вреда (угрозы вреда), причиненного непосредственно установленному публично – правовому порядку деятельности, поскольку правонарушение является формальным, оно представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям не в наступлении каких-либо негативных материальных последствий, а в пренебрежительном отношении к исполнению публично-правовых обязанностей, формальных требований публичного права. Состав ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является формальным и отсутствие вредных последствий не имеет значение для наступления ответственности за предусмотренное правонарушение. Таким образом, отсутствуют основания для признания правонарушения малозначительным.

КПК «СЦ «Золотой фонд» в Иркутское УФАС России представлен отчет о финансовых результатах за 9 месяцев 2015г. от 24.10.2015г., из которого следует, что финансовое положение КПК «СЦ «Золотой фонд» является нестабильным.

Наличие обстоятельств, отягчающих административную ответственность, Иркутским УФАС России не установлено.

В качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность, Иркутским УФАС России признано: раскаяние КПК «СЦ «Золотой фонд», добровольное прекращение нарушения рекламного законодательства, оказание содействия Иркутскому УФАС России в производстве по данному делу.

С учетом вышеизложенного, зам. руководителя Иркутского УФАС России Кулиш А.В., руководствуясь ст. ст. 5, 28, 33, 38 ФЗ «О рекламе», ст. ст. 4.1, ч. 1 ст. 14.3., 23.48., 29.1., 29.9., 29.10. Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать кредитный потребительский кооператив «Сберегательный Центр «Золотой Фонд», являющегося рекламодателем рекламы, содержащей следующую текстовую информацию: «5 лет Золотой Фонд КПК Сберегательный Центр. Начните удачный год с Золотым Фондом пополняйте свой личный бюджет 30 % годовых. Золотой Фонд КПК сберегательный центр ПРОВЕРЕНО ВРЕМЕНЕМ. г. Иркутск, ул. Седова, 34А (130 квартал) (3952) 40-11-88 www.goldenfond.ru», сопровождающейся следующим аудиотекстом, озвученным мужским голосом: «В год пятилетия особые юбилейные проценты по договорам сбережения. «Золотой Фонд» проверено временем. Телефон в Иркутске 40-11-88», распространенной в период с 06.03.2015г. по 25.03.2015г. в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС», в связи с нарушением требований п. 4 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, в связи с тем, что реклама является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством; в рекламе отсутствует существенная для потребителя рекламы информация обо всех условиях оказания рекламируемых финансовых услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного

частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить административное наказание в виде административного штрафа в размере 100100 (ста тысяч ста) рублей.

В соответствии с п.1 ст. 32.2. Кодекса РФ об административных правонарушениях штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3.5. Кодекса РФ об административных правонарушениях сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Пунктом 1 статьи 46 Бюджетного кодекса Российской Федерации предусмотрено, что штрафы подлежат зачислению в местные бюджеты по месту нахождения органа или должностного лица, принявшего решение о наложении штрафа, если иное не предусмотрено Бюджетным кодексом РФ или иными законодательными актами Российской Федерации.

Ч. 9 статьи 38 Федерального закона РФ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006г. предусмотрено, что суммы штрафов за нарушение рекламного законодательства, зачисляются в соответствующие бюджеты в следующем соотношении: 40 процентов – в федеральный бюджет; 60 процентов – в бюджет субъекта РФ, на территории которого зарегистрированы юридическое лицо или индивидуальный предприниматель – рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламодатель-распространитель.

Реквизиты для уплаты штрафа: Получатель: ИНН 3811020966 КПП 380801001 УФК по Иркутской области (Иркутское УФАС России); Банк получателя: ГРКЦ ГУ Банка России по Иркутской области г. Иркутск р/с 40101810900000010001 БИК 042520001, КБК 161 1 16 26000 01 6000 140 ОКТМО 25701000.

Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области: дата регистрации в качестве юридического лица – 20.01.1999г.; адрес: 664025, г. Иркутск, ул. Российская, 17.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа необходимо представить в Иркутское УФАС России документы, подтверждающие уплату штрафа.

В соответствии с п.1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в установленный срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

При неуплате штрафа в срок, согласно ч. 5 ст. 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление о наложении административного штрафа направляется должностным лицом, вынесшим постановление, судебному приставу-исполнителю для обращения административного взыскания на имущество, принадлежащее лицу, в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии со ст. 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в арбитражный суд в

течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу «___» «_____» 20____ года (после истечения срока, установленного для обжалования, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано).

Срок предъявления к исполнению – 2 года.

Дата вынесения постановления «30» «ноября» 2015 года.

Отметка об оплате штрафа:

- оплачен;
- не оплачен;
- оплачен частично.

Заместитель руководителя

Иркутского УФАС России