

Постановление № 283

о назначении административного наказания по делу № 204

об административном правонарушении

« 26 » октября 2015г.

г. Иркутск

Заместитель руководителя Иркутского УФАС России, рассмотрев материалы дела об административном правонарушении и протокол № 204 от 13.10.2015г. об административном правонарушении, возбужденного в отношении КПК «Сберегательная касса» (ИНН 3810338266, ОГРН 1143850024933, 664003, г. Иркутск, ул. Киевская, 19-18; дата государственной регистрации в качестве юридического лица 23.06.2014),

УСТАНОВИЛ:

11.09.2015г. Иркутским УФАС России возбуждено дело № 1533 по признакам нарушения 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, по факту распространения в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» рекламного видеоролика КПК «Сберегательная касса», содержащего следующую текстовую информацию: «г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88 СБЕРКАССА до 42 % * годовых», «СБЕРКАССА г. Шелехов, 4 микрорайон, дом 1 тел. (3952) 98-93-88 г. Ангарск, ул. К. Маркса, 21 тел. (3955) 52-00-90 до 42 % * годовых г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88», сопровождающуюся аудиотекстом, озвученным женским голосом: «Чем больше денег, тем лучше. Поэтому в «Сберегательной кассе» доход до 42% годовых. А для пенсионеров особые условия. «Сберкасса» на Киевской, 19 (далее – по тексту)». К участию в его рассмотрении привлечен рекламодатель КПК «Сберегательная касса». Рассмотрение дела назначено на 05.10.2015г.

В указанную дату в Иркутское УФАС России для участия в рассмотрении дела явился председатель КПК «Сберегательная касса».

Руководствуясь пунктом 3.44 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия по собственной инициативе объявила перерыв в заседании Комиссии по рассмотрению дела № 1533 от 11.09.2015г. до 15 часов 30 минут 06.10.2015г.

В указанную дату в Иркутское УФАС России для участия в рассмотрении дела явился председатель КПК «Сберегательная касса».

КПК «Сберегательная касса» представлены пояснения (вх. № 11249 от 06.10.2015г.) о том, что между КПК «Сберегательная касса» и ООО «Инвент-Медиа» был заключен договор № 54 от 10 марта 2015г. по оказанию информационных услуг, указанных в

п.2 настоящего договора, для привлечения потенциальных членов кооператива. В ролике содержится информация о привлечении личных сбережений граждан с доходностью до 42 % годовых. Видеоролик транслировался по каналу СТС в период с 17 января, изготовителем и рекламодателем являлось ООО «Инвент-Медиа», что касается заказа и утверждения данного вида рекламы, то использовалась переписка по эл. почте а также подтверждение гарантийным письмом от 26 марта 2015г. о предоставлении рекламной информации отвечающего требования законодательства РФ. КПК «Сберегательная касса» не вправе был осуществлять распространение подобного рода рекламы, нарушающей требования действовавшего законодательства ФЗ «О рекламе», с риском для деятельности организации по указанной процентной ставке до 42 % годовых. Данный способ распространения рекламы, а именно трансляции видео ролика с информацией о привлечении личных сбережений с доходностью до 42% годовых, к сожалению оказался неудачным маневром в сфере законодательства РФ, не только ФЗ «О рекламе», но и ФЗ «О защите конкуренции». На сегодняшний день КПК «Сберегательная касса» устранил данный вид нарушения и действует в соответствии с законодательством РФ.

Также, председатель КПК «Сберегательная касса» пояснил, что КПК «Сберегательная касса» осуществляет прием личных сбережений с процентной ставкой от 20% до 28% годовых. Указанная в рекламе процентная ставка до 42% годовых является предметом маркетинга и не более того. Личные сбережения по тарифам: «Пенсионный», «VIP» на момент распространения рекламы КПК «Сберегательная касса» не предоставлялись, поскольку действовал только один тариф «Инвестиционный». Условия привлечения личных сбережений по данному тарифу и типовая форма договора представлены в антимонопольный орган.

К пояснениям КПК «Сберегательная касса» приложены следующие документы: типовая форма сберегательного договора; свидетельство о постановке на учет российской организации в налоговом органе; свидетельство о государственной регистрации юридического лица; протокол № 10 от 04.08.2015г. общего собрания членов КПК «Сберегательная касса»; квитанция к приходному ордеру от 10.03.2015г.; свидетельство о членстве в СРО; приложение № 54/1 от 10.03.2015г. к договору № 54 от 10.03.2015г.; акт № С7-00000236 от 28.03.2015г.; гарантийное письмо от 26.03.2015г.; договор № 54 от 10.03.2015г.; протокол № 4 от 01.06.2015г. правления КПК «Сберегательная касса»; протокол № 3 от 01.06.2015г. правления КПК «Сберегательная касса»; устав КПК «Сберегательная касса»; рекламный буклет КПК «Сберегательная касса»; условия принятия сбережений от 24.02.2015г.; электронная переписка с ООО «ВИ АС Медиа»; выписка из ЕГРЮЛ.

На основании имеющихся в материалах дела пояснений и документов Комиссией установлено следующее.

18.03.2015г. в эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС» выявлен рекламный видеоролик КПК «Сберегательная касса», содержащий следующую текстовую информацию: «г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47-88 СБЕРКАССА до 42 % * годовых», «СБЕРКАССА г. Шелехов, 4 микрорайон, дом 1 тел. (3952) 98-93-88 г. Ангарск, ул. К. Маркса, 21 тел. (3955) 52-00-90 до 42 % * годовых г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88», сопровождающаяся следующим аудиотекстом, озвученным женским голосом: «Чем больше денег, тем лучше. Поэтому в «Сберегательной кассе» доход до 42% годовых. А для пенсионеров

особые условия. «Сберкасса» на Киевской, 19».

Также, в нижней части рекламы содержится следующий текст выполненный мелким шрифтом: «Кредитный потребительский кооператив «Сберегательная касса» ОГРН 1143850024933 от 23.06.2014г. Деятельность КПК не подлежит лицензированию и осуществляется в соответствии с ФЗ № 190 «О кредитной кооперации» от 18.07.2009г.», «тариф «Пенсионный» - до 20% годовых, срок хранения от 3 месяцев, сумма привлекаемых сбережений от 3-х тыс. руб., тариф «VIP» - до 42 % годовых, срок хранения от 18 мес., сумма привлекаемых сбережений от 1 млн. руб., тариф «Стандарт» - до 16% годовых, срок хранения от 1 месяца, сумма привлекаемых сбережений от 10 тыс. руб.», «Более подробную информацию можно получить в офисе кооператива по адресу: г. Иркутск, ул. Киевская, 19, либо по тел.: 98-47- 88. Сбережения принимаются только от членов кооператива. Вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 50 руб.».

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 «Сберегательная касса» сбережений граждан, при этом указан размер процентной ставки – до 42 % годовых.

КПК «Сберегательная касса» является членом СРО «Кооперативные финансы».

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 «Кооперативные Финансы» (Протокол № 13 от 30.11.2011г.) утверждены Правила и стандарты некоммерческого Партнерства «Саморегулируемая организация кредитных потребительских кооперативов «Кооперативные финансы» (далее – Правила и стандарты).

В п. 2.9.7 Правил и стандартов закреплено, что максимальная процентная ставка для расчета размера платы (процентов, компенсации) за использование привлеченных денежных средств членов кооператива (пайщиков) с учетом всех выплат, причитающихся по договору, не должна превышать 25 % годовых.

Таким образом, КПК «Сберегательная касса» не вправе привлекать денежные средства своих членов по ставке более 25% годовых, в том числе по процентной ставке от 26% до 42 % годовых.

Следовательно, в рассматриваемой рекламе содержатся сведения о размерах процентных ставках КПК «Сберегательная касса», не соответствующих установленным Правилами и стандартами требованиям.

Данный вывод антимонопольного органа о том, что КПК «Сберегательная касса» не имело права привлекать личные сбережения под процентную ставку более 25 % годовых, подтверждается также письмом СРО «Кооперативные финансы» (вх. № 8762 от 06.08.2015г.), в котором указано, что в рамках контрольных мероприятий, связанных с проверкой информации о деятельности КПК «Сберегательная касса» были выявлены факты привлечения данным КПК личных сбережений пайщиков под процентную ставку, превышающую значение, определенное требованиями п. 2.9.7 Правил и стандартов СРО «Кооперативные финансы». Так, в 34 случаях из 102 процентная ставка превышала указанное значение и составляла от 26% до 42% годовых. На заседании Дисциплинарного комитета (Протокол № 11/2015 от 20.07.2015г.) рассмотрены материалы по нарушениям, выявленным в кредитном кооперативе и в Совет СРО «Кооперативные финансы» направлено ходатайство об исключении данного КПК из членов саморегулируемой организации. Решением Совета СРО «Кооперативные финансы» (Протокол № 21 от 24.07.2015г.) КПК «Сберегательная касса» исключено из членов СРО, о чём ему было направлено официальное уведомление.

Таким образом, КПК «Сберегательная касса», являясь членом СРО «Кооперативные финансы», на момент распространения рекламы имело право привлекать личные сбережения под процентную ставку не более 25% годовых.

В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 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, ПАО «Промсвязьбанк» (далее – Банк) представлены пояснения (вх. № 8497 от 30.07.2015г.), в которых Банк сообщает следующее. Максимальная ставка по привлечению вкладов в рублях от граждан в Банке (с учетом права Банка России вводить для банков ограничения по размеру процентных ставок по привлечению во вклады денежных средств), составляет 13,5 %. С учетом изложенного, вышеуказанную рекламу КПК Банк расценивает как акт недобросовестной конкуренции, поскольку нарушается п. 1 ч. 1 ст. 14 ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ. В частности, в данной рекламе указываются

не соответствующие действительности завышенные ставки по привлечению сбережений граждан, при том, что определенная Правилами и стандартами СРО, членом которого является КПК, максимальная процентная ставка по привлечению денежных средств членом указанного КПК не может превышать 25 % годовых. С учетом данных обстоятельств, Банк полагает, что распространением рассматриваемой ненадлежащей рекламы 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.

КПК «ИЗИ Кредит» представлены пояснения (вх. № 8679 от 04.08.2015г.) о том, что рекламой КПК «Сберегательная касса» 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 «Сберегательная касса» 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 членом 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 членом 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 кооперативам, 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 «Сберегательная касса», 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.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама КПК «Сберегательная касса» 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 «Сберегательная касса», не соответствующих правилам и стандартам, распространение которых может причинить убытки хозяйствующим субъектам. В частности, распространение данных сведений о завышенном размере процентных ставок КПК «Сберегательная касса» 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 «Сберегательная касса» сообщается о привлечении личных сбережений. При этом указан размер максимальной процентной ставки – 42 % годовых.

Председателем КПК «Сберегательная касса» в антимонопольный орган представлены Условия принятия сбережений от 24.02.2015г. (далее – Условия), действовавшие на момент распространения рекламы.

Из данных Условий, с учетом требований Правил и стандартов СРО «Кооперативные финансы», следует что КПК «Сберегательная касса» имеет право привлекать личные сбережения под минимальную процентную ставку 20% годовых, максимальную – 24% годовых. Минимальный срок, на который привлекаются личные сбережения под процентную ставку 20 % годовых, составляет 3 месяца, минимальная сумма – 3000 рублей, возможность пополнения не предусмотрена. Минимальный срок, на который привлекаются личные сбережения под процентную ставку 24 % годовых, составляет 6 месяцев, минимальная сумма – 3000 рублей, предусмотрена возможность пополнения.

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе отсутствуют данные условия привлечения личных сбережений, являющиеся существенной для потребителя

рекламы информацией, и влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или 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 «Сберегательная касса» может быть заключен только с членом КПК, оплатившим вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 50 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 получают 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 рекламируемыми услугами (заключение договора о передаче личных сбережений) могут воспользоваться только члены кооператива, а также информация о необходимости уплаты вступительного взноса – 100 руб., паевого

взноса в размере 50 руб., расположена в нижней части кадра, выполнена мелким шрифтом, доступна в течение короткого периода времени (3 секунды).

Таким образом, данная существенная для потребителей рекламы информация формально присутствует в рекламе, однако с учетом того, что она размещена в нижней 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, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица; а также существенной для потребителя рекламы информация о том, что договор о передаче личных сбережений в пользование КПК «Сберегательная касса» может быть заключен только с членом КПК, оплатившим вступительный взнос – 100 руб., паевой взнос – 50 руб.

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 рекламоатель.

ООО «СТС-Иркутск» осуществляет деятельность по вещанию телеканала «Первый развлекательный СТС» и «СТС-Иркутск» на основании лицензии № 20628 от 27.04.2012г. и договоров с ЗАО «Сеть телевизионных станций». Оказание услуги по размещению региональной рекламы в сетевых программных блоках и окнах регионального вещания производится ООО «СТС-Иркутск» через агентов ООО «Ви Ай Иркутск» и ООО «Инвент-Медиа» в соответствии с агентскими договорами.

10.03.2015г. КПК «Сберегательная касса» и ООО «Инвент-Медиа» заключили договор № 54, в соответствии с которым ООО «Инвент-Медиа» приняты обязательства оказать КПК «Сберегательная касса» услуги по изготовлению и/или размещению рекламного материала всех видов заказываемой рекламы, в том числе в интересующих КПК «Сберегательная касса» СМИ – в эфире телевизионных каналов вещания.

Согласно приложению № 54/1 от 10.03.2015г. к договору № 54 от 10.03.2015г., КПК «Сберегательная касса» поручило ООО «Инвент-Медиа» разместить видеоролик «Сберегательная касса_доходность до 42%_март_2015», продолжительностью 10 секунд, в период времени с 03 по 27 марта 2015 года в эфире телеканала «СТС».

10.03.2015г. ООО «Инвент-Медиа» выставило КПК «Сберегательная касса» счет № С7-00000359 для оплаты услуг по прокату видеоролика в эфире телеканала «СТС».

В соответствии с приходным кассовым ордером № С7-00000076, КПК «Сберегательная касса» произведена 10.03.2015г. оплата услуг ООО «Инвент-Медиа» по прокату видеоролика в эфире телеканала «СТС» в рамках договора № 54 от 10.03.2015г.

28.03.2015г. ООО «Инвент-Медиа» и КПК «Сберегательная касса» подписан акт № 00000236, из которого следует, что услуги по прокату видеоролика в эфире «СТС» в

рамках договора № 54 от 10.03.2015г. выполнены ООО «Инвент-Медиа» полностью и в срок, КПК «Сберегательная касса» претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Таким образом, рекламодателем данной рекламы является КПК «Сберегательная касса».

КПК «Сберегательная касса» в Иркутское УФАС России не представлены доказательства прекращения распространения рассматриваемой рекламы.

Решением № 522 от 13.10.2015г. признана ненадлежащей реклама КПК «Сберегательная касса», распространенную в период времени с 03.03.2015г. по 27.03.2015г. 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.

Данные обстоятельства послужили основанием для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении КПК «Сберегательная касса» путем составления протокола.

13.10.2015г. начальником отдела контроля рекламы Иркутского УФАС России в отношении КПК «Сберегательная касса» составлен протокол № 204 об административном правонарушении.

В соответствии с определением № 1775 от 13.10.2015г. рассмотрение административного дела № 204 назначено на 26.10.2015г.

В указанную дату в Иркутское УФАС России для участия в рассмотрении дела явился законный представитель КПК «Сберегательная касса» - председатель КПК «Сберегательная касса».

В ходе рассмотрения дела он представил: копию сберегательного договора № 1-00000052 от 12.01.2015г. о передаче личных сбережений; копию расходного кассового ордера № 1-000000229 от 29.06.2015г.; копию заявления о выходе из членов КПК «Сберегательная касса»; копия заявления о вступлении в КПК «Сберегательная касса».

Также, председатель КПК «Сберегательная касса» пояснил, что представленные документы свидетельствуют об отсутствии нарушения требований рекламного законодательства со стороны кооператива, поскольку подтверждают факт привлечения кооперативом личных сбережений члена под процентную ставку 42% годовых.

Заместителем руководителя Иркутского УФАС России – А.В. Кулишом данные пояснения рассмотрены, однако признаны не состоятельными, поскольку как установлено антимонопольным органом и подтверждено материалами дела, КПК «Сберегательная касса», являясь членом СРО «Кооперативные финансы», обязано соблюдать его Правила и стандарты, в т.ч. требование п. 2.9.7 Правил и стандартов, в котором закреплено, что максимальная процентная ставка для расчета размера платы (процентов, компенсации) за использование привлеченных денежных средств членов кооператива (пайщиков) с учетом всех выплат, причитающихся по договору, не должна превышать 25 % годовых. В связи с нарушением, в том числе, указанного требования Правил и стандартов, Решением

СРО «Кооперативные финансы» 24.07.2015г. КПК «Сберегательная касса» исключен из членов данного СРО.

Установлено время совершения административного правонарушения – 03-27 марта 2015г.

Установлено место совершения административного правонарушения – телеканал «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС»; г. Иркутск и близлежащие населенные пункты – территория вещания СМИ (в соответствии с лицензией серия ТВ № 12030 от 13.06.2007г.).

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

Объективная сторона правонарушения выражается в распространении рекламы КПК «Сберегательная касса», содержащей следующую текстовую информацию: «г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88 СБЕРКАССА до 42 % * годовых», «СБЕРКАССА г. Шелехов, 4 микрорайон, дом 1 тел. (3952) 98-93-88 г. Ангарск, ул. К. Маркса, 21 тел. (3955) 52-00-90 до 42 % * годовых г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88», сопровождающуюся следующим аудиотекстом, озвученным женским голосом: «Чем больше денег, тем лучше. Поэтому в «Сберегательной кассе» доход до 42% годовых (далее – по тексту), распространенную в период времени с 03.03.2015г. по 27.03.2015г. эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС», 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, поскольку: реклама является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством; в рекламе отсутствует существенная для потребителя рекламы информация о рекламируемом товаре и условиях его приобретения; реклама умалчивает об иных условиях оказания рекламируемых финансовых 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, рекламодателем которой является КПК «Сберегательная касса».

Субъектом правонарушения является КПК «Сберегательная касса», как рекламодатель, определивший содержание и допустивший распространение рекламы КПК «Сберегательная касса», содержащей следующую текстовую информацию: «г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88 СБЕРКАССА до 42 % * годовых», «СБЕРКАССА г. Шелехов, 4 микрорайон, дом 1 тел. (3952) 98-93-88 г. Ангарск, ул. К. Маркса, 21 тел. (3955) 52-00-90 до 42 % * годовых г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88», сопровождающуюся следующим аудиотекстом, озвученным женским голосом: «Чем больше денег, тем лучше. Поэтому в «Сберегательной кассе» доход до 42% годовых (далее – по тексту), распространенную в период времени с 03.03.2015г. по 27.03.2015г. эфире телеканала «СТС-Иркутск», «Первый развлекательный СТС», 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.

Субъективную сторону деяния характеризует вина в форме неосторожности. КПК «Сберегательная касса» должен был знать о том, что: недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством; 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; 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, 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 «Сберегательная касса» 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 «Сберегательная касса».

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.

Председатель КПК «Сберегательная касса» пояснил, что финансовое положение кооператива является не стабильным.

Вместе с тем, КПК «Сберегательная касса» в Иркутское УФАС России не представлены документы, характеризующие его финансовое и имущественное положение.

Таким образом, у Иркутского УФАС России отсутствует возможность объективно и достоверно установить реальное имущественное и финансовое положение КПК «Сберегательная касса».

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

Состав ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является формальным и отсутствие вредных последствий не имеет значения для наступления ответственности за предусмотренное правонарушение. 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. Таким образом, отсутствуют основания для признания правонарушения малозначительным.

При назначении административного наказания КПК «Сберегательная касса» Иркутским УФАС России учтен характер совершенного данным обществом административного правонарушения. В настоящее время финансовые услуги пользуются большим спросом, в первую очередь среди физических лиц, которые намерены выбрать наиболее эффективный и выгодный способ получения займа и вложения денежных средств. Поэтому сообщение в рекламе финансовых услуг всех существенных условий их предоставления имеет важное значение для защиты граждан от ситуаций, связанных с фактическим введением потребителя в заблуждение. Следовательно, профессиональные участники финансового рынка в связи с этим обязаны в силу закона предпринять все необходимые меры для обеспечения интересов потребителя и оправдания их доверия. Вместе с тем, КПК «Сберегательная касса», являясь профессиональным участником рынка финансовых услуг, распространило рекламу с нарушением трех императивных норм, в том числе с нарушением ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38 ФЗ, устанавливающей требования к рекламе финансовых услуг, в частности общество не сообщило существенную для потребителей информацию – все остальные условия личных сбережений.

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.

С учетом вышеизложенного, зам. руководителя Иркутского УФАС России, руководствуясь п. 4 ч. 2 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ст. 38 ФЗ «О рекламе», ст. ст. 4.1., ч. 6 ст. 19.8., 23.48., 29.1., 29.9., 29.10. Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать КПК «Сберегательная касса» (ИНН 3810338266, ОГРН 1143850024933, 664003, г. Иркутск, ул. Киевская, 19-18; дата государственной регистрации в качестве юридического лица 23.06.2014), являющегося рекламодателем рекламы КПК «Сберегательная касса», содержащей следующую текстовую информацию: «г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88 СБЕРКАССА до 42 % * годовых», «СБЕРКАССА г. Шелехов, 4 микрорайон, дом 1 тел. (3952) 98-93-88 г. Ангарск, ул. К. Маркса, 21 тел. (3955) 52-00-90 до 42 % * годовых г. Иркутск, ул. Киевская, 19, тел. (3952) 98-47- 88», сопровождающуюся следующим аудиотекстом, озвученным женским голосом: «Чем больше денег, тем лучше. Поэтому в «Сберегательной кассе» доход до 42% годовых (далее – по тексту), распространенную в период времени с 03.03.2015г. по 27.03.2015г. 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, поскольку: реклама является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством; в рекламе отсутствует существенная для потребителя рекламы информация о рекламируемом товаре и условиях его приобретения; реклама умалчивает об иных условиях оказания рекламируемых финансовых 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, рекламодателем которой является КПК «Сберегательная касса», виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, и назначить административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 500 (ста тысяч пятьсот) 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: Отделение Иркутск г. Иркутск р/с 40101810900000010001 БИК 042520001, код 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 « 26 » « октября » 2015 года.

Отметка об оплате штрафа:

- оплачен;
- не оплачен;
- оплачен частично.

Заместитель руководителя
Иркутского УФАС России

А.В.