

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 27

о наложении штрафа по делу № 4-05/28

об административном правонарушении

30 марта 2016 года

г. Хабаровск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 09 марта 2016 года и материалы дела № 4-05/28 об административном правонарушении, возбужденного в отношении КПК «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск» (ИНН 2722121537, КПП 272101001, место нахождения: г. Хабаровск, ул. Дзержинского, 4, дата государственной регистрации -29.05.2013 года) в связи с распространением ненадлежащей рекламы,

в присутствии представителя КПК «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск» (по доверенности),

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 06 января 2016 года Хабаровским УФАС России отслежена реклама КПК «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск», распространяемая на телеканале «Россия 1» (15 секунд) следующего содержания:

Звуковая информация:

«Продолжая традиции. Открой сберегательную программу «Сильная страна» и получи максимальный доход от кооператива «Умножить». В новый год с новыми доходами. Звони 757-555».

Крупным шрифтом:

«Сильная страна Сберегательная программа от 20, 16 % годовых. С новыми доходами. И жизнь хороша и жить хорошо. Умножить кооператив. Г. Хабаровск ул. Дзержинского, 4. Телефон 757 – 555 (4212)».

Мелким шрифтом (со 2 секунды):

Первый дисклеймер вверху экрана:

«КПК «Кредитный союз «Умно жить – Хабаровск. Программа доступна только для членов КПК. При вступлении оплачиваются два взноса по 100 рублей. Минимальная сумма при открытии -200 тыс. рублей. Максимальная -9 800 тыс. руб. Срок программы от 8 до 18 мес. Процентные ставки от 20, 16 до 22 % годовых. Проценты начисляются на сумму личных сбережений за минусом НДФЛ».

Второй дисклеймер внизу экрана:

«Программа пополняемая, минимальная сумма -10 000 руб. Пополнения принимаются до 30.06.2016 г. Начисление процентов ежемесячное, возможна капитализация. При досрочном расторжении договора начисляется компенсация 0, 3% годовых, пайщик пишет уведомление за 90 дней до даты расторжения».

Реклама распространялась:

на телеканале «Первый канал» с 05.01.2016 г. по 14 .01.2016 года;

на телеканале «Россия 1» с 05.01.2016 г. по 10 .01.2016 года.

В соответствии со [статьей 3](#) ФЗ «О рекламе» реклама - это 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Проанализировав содержание распространенной кооперативом информации, с учетом ее размещения, установлено, что таковая является рекламой, поскольку распространение информации об услугах, которые оказывает кооператив, привлекает внимание к кооперативу как объекту рекламирования и оказываемых им услугах, формирует поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, адресована неопределенному кругу лиц.

Таким образом, реклама направлена на мотивацию потребителя на выбор услуги и на заключение договора по накоплению личных сбережений с указанной в рекламе процентной ставкой. Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с кооперативом по заключению договора на определенных рекламой условиях.

Создавая привлекательные условия возможности по заключению договоров, реклама стимулирует население для обращения в кооператив для заключения указанного договора.

В соответствии со [статьей 4](#) Федерального закона «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, в том числе кредитный потребительский кооператив.

Таким образом, кредитный потребительский кооператив граждан вправе оказывать финансовые услуги и в случае рекламирования названных услуг должен

соблюдать требования [Закона](#) о рекламе.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

К условиям, влияющим на сумму доходов, относятся: минимальная сумма личных сбережений, их срок размещения, процентная ставка, возможность пополнения, минимальный размер дополнительного взноса, периодичность начисления процентов, наличие или отсутствие капитализации, изменение процентной ставки внутри срока договора, процентная ставка при досрочном востребовании личных сбережений, периодичность выплаты процентов, иные условия, если их включение в договор может повлиять на сумму денежных средств, которую пайщик должен получить по договору передачи личных сбережений, удержания кооперативом подоходного налога с начислением целевых компенсационных выплат по договору о приеме личных сбережений в соответствии с налоговым законодательством, срок выплаты денежных средств.

В рекламе указывается процентная ставка по сберегательной программе, то есть, дано одно из условий договора, влияющее на его стоимость, следовательно, реклама должна соответствовать требованиям статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Процентная ставка по программе крупно показывается в рекламе.

Информация об иных условиях сберегательной программы формально присутствует в рекламе. Однако данные сведения выполнены столь мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом и транслируются короткое время, что делает невозможным их восприятие и вводит потребителя в заблуждение относительно условий по рекламируемым сбережениям.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе сведений об иных условиях программы, влияющих на сумму доходов, помимо крупно указанной в рекламе информации о процентной ставке, форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Отсутствие в рекламе информации об условиях сберегательной программы, вводит в заблуждение относительно стоимости товара, что является нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

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

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

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

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

Несмотря на формальное наличие в рекламе части сведений об иных условиях сбережений, влияющих на сумму доходов, помимо крупно указанной в рекламе информации о процентной ставке, форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Кроме того:

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

В рекламе присутствует наименование кооператива, но оно выполнено мелким шрифтом, в связи с чем, является недоступным для восприятия.

В процессе рассмотрения дела представитель кооператива не согласился с выявленным нарушением, пояснив, что вся необходимая информация присутствует в рекламе и читаема.

Данный довод не принимается по вышеизложенным основаниям.

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

Установлено, что рекламодателем, в интересах которого распространялась реклама, является КПК «Кредитный союз «Умно жить – Хабаровск», определившее объект рекламирования и содержание рекламы.

Данный факт подтверждается письмом ООО «Видеореклама Хабаровск» (вход. от 15.01.2016 №4/352), согласованным текстом рекламы, договором №1601-020М от 01.01.2016 года, графиками размещения рекламы.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламодателем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение

административного штрафа.

При назначении административного наказания учитывалось, что в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.3. КоАП РФ повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный статьей 4.6. КоАП РФ является обстоятельством, отягчающим административную ответственность.

Постановлением № 85 от 17.12.2015 года по делу № 4-05/84 КПК «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск» подвергалось административному штрафу в размере 100 000 рублей за ненадлежащую рекламу финансовых услуг (реклама «до 25 % годовых»).

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать КПК «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.
2. Применить к КПК «Кредитный союз «Умно жить - Хабаровск» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 200 000 (двести тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, ГРКЦ ГУ ЦБ РФ по Хабаровскому краю г. Хабаровска, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКТМО 08701000001.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

