

## РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/28-277/2021

### о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«30» апреля 2021 года  
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «23» апреля 2021 года

Полный текст решения изготовлен: «30» апреля 2021 года

#### Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов;

член Комиссии – главный специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов;

член Комиссии – специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов,

рассмотрев дело № 012/05/28-277/2021, возбужденное по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в размещении в онлайн газете городских новостей «PRO Город Йошкар-Ола» рекламы программы «Солидный процент» КПКГ «ГозЗайм», в присутствии представителя КПКГ «ГозЗайм» по доверенности Л.,

#### УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) проведен мониторинг рекламы, в результате которого установлен факт размещения в онлайн газете городских новостей «PRO Город Йошкар-Ола» рекламы программы «Солидный процент» КПКГ «ГозЗайм», следующего содержания:

Согласно [пункту 1 статьи 3](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный 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.

В силу [части 7 статьи 5](#) Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с [пунктом 2 части 2 статьи 28](#) Закона 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.

В силу пункта 2 части 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» кредитный потребительский кооператив - основанное на членстве добровольное объединение физических и (или) юридических лиц по территориальному, профессиональному и (или) социальному принципам, в целях удовлетворения финансовых потребностей членов кредитного кооператива (пайщиков);

Кредитный кооператив является некоммерческой организацией, объединяющей физических лиц на основе членства для удовлетворения своих потребностей в финансовой помощи.

Предметом деятельности кооператива является объединение паенакоплений и привлечение личных денежных средств его членов, размещение указанных денежных средств путем предоставления займов своим членам.

Как установлено Марийским УФАС России, в рекламном модуле, размещенном в онлайн газете городских новостей «PRO Город Йошкар-Ола» от 13.02.2021, содержалась следующая информация: КПКГ «ГозЗайм» - победитель всероссийского конкурса «100 лучших предприятий и организаций России – 2020». Выгодно вложите свои сбережения. Программа «Солидный процент». Сбережения принимаются от 1000 руб. под 8,5% годовых на срок 5 месяцев. Ставка при досрочном снятии 0,95% годовых.

В ходе рассмотрения дела, представитель КПКГ «ГозЗайм» пояснил, что рассматриваемая рекламная информация распространяется только на членов кооператива

Однако в тексте также указана информация для лиц, желающих вступить в членство кооператива, а именно: «При вступлении в кооператив уплачивается обязательный паевой взнос 200 руб., вступительный взнос 200 руб.».

При этом, в соответствии с пунктом 2.1.2 Положения о порядке и об условиях привлечения денежных средств членов (пайщиков) кредитного потребительского кооператива граждан «ГозЗайм», максимальная сумма личных сбережений – максимальное допустимое на дату заключения договора числовое значение финансового норматива, утвержденного Банком России и устанавливающего пределы привлечения денежных средств кооператива.

Также представитель кооператива пояснила, что финансовый норматив соотношения размера задолженности по сумме основного долга, образовавшейся в связи с привлечением денежных средств от одного члена кооператива (пайщика) и (или) нескольких членов кредитного кооператива (пайщиков), являющихся аффилированными лицами, и общего размера

задолженности по сумме основного долга, образовавшейся в связи с привлечением кредитным кооперативом денежных средств от членов кредитного кооператива рассчитывается по формуле, установленной пунктом 2.3. Положения о порядке и об условиях привлечения денежных средств членов (пайщиков) КПКГ «ГозЗайм».

Таким образом, кооперативом определена максимальная сумма, которую лицо может вложить в качестве сбережений, однако в рекламе указанная информация отсутствует.

Кроме того, Марийским УФАС России установлено, что по программе «Солидный процент» предусмотрены следующие условия:

- порядок определения процентной ставки в годовых – ключевая ставка ЦБ РФ \* 2;
- выплата процентов – ежемесячно;
- пополнение – возможно;
- капитализация – не предусмотрена;
- частичное снятие – до 10% от суммы вложения с сохранением дохода.

К условиям, влияющим на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся вкладом лица, относятся сумма вклада, срок вклада, процентная ставка по вкладу, а также иные условия, если их включение в договор может повлиять на сумму денежных средств, которую вкладчик должен получить по договору.

При этом вся необходимая и требуемая по закону информация, должна доводиться непосредственно в рекламе с тем, чтобы обеспечить возможность потребителю с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор.

Исходя из понятия рекламы, реклама предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с этим вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доведена до потребителей при ознакомлении с рекламой.

Указанная информация распространялась в газете, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к деятельности (финансовой услуге) кредитного кооператива, формирование и поддержание интереса к финансовым услугам кооператива.

Иные условия, влияющие на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, в рассматриваемой рекламе указаны не были.

Таким образом, в рекламе умалчивается часть существенной информации

об условиях оказания финансовой услуги по привлечению денежных средств кредитным кооперативом, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, что искажает смысл информации о финансовой услуге, и потребители вводятся в заблуждение об условиях ее предоставления.

Следовательно, реклама финансовой услуги кредитного кооператива по привлечению денежных средств для последующего предоставления займов нарушает пункт [части 7 статьи 5](#), пункт [2 части 2 статьи 28](#) Закона о рекламе.

Пунктами [5, 6, 7](#) статьи [3](#) Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с [частью 6 статьи 38](#) Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных [статьей 5](#) и [статьей 28](#) данного федерального закона.

Рекламодателем рекламы финансовой услуги в газете «PRO Город Йошкар-Ола» от 13.02.2021 является КПКГ «ГозЗайм».

В силу пункта [1 части 2 статьи 33](#) Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Однако в связи тем, что кредитным потребительским кооперативом граждан «ГозЗайм» в настоящее время устранено распространение ненадлежащей рекламы, у Комиссии отсутствуют основания для выдачи предписания.

Руководствуясь [частью 2 пункта 1 статьи 33](#), [частью 1 статьи 36](#) Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с [пунктом 42](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу программы КПКГ «ГозЗайм»: «Солидный

процент», размещенную 13.02.2021 в онлайн газете городских новостей «PRO Город Йошкар-Ола» рекламы программы «Солидный процент» КПКГ «ГозЗайм», поскольку она не соответствует требованиям части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2 . Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии

Члены Комиссии