

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 74р-16/47-04-16р

об административном правонарушении

«27» октября 2016 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 74р-16/47-04-16р от 12.10.2016, составленный <...>, начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении юридического лица Кредитного потребительского кооператива кредитного дома «<...>» (далее по тексту КПК .) (<...>, законный представитель - председатель правления КПК . <...>), в связи с нарушением ч.7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»),

### УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 47/04-16р (резольтивная часть решения оглашена 11 августа 2016 года; в полном объеме решение изготовлено 23 августа 2016 года) в действиях КПК . был установлен факт нарушения пункта ч.7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», выразившийся в определении содержания рекламы финансовых услуг: - «<...> кредитный дом. Займы до 30000 р. Без справок и поручителей. Оформить быстро и удобно! <...><...> », «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Сбережения застрахованы. Система страхования сбережений Народные кассы ОВС. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>» и её распространении, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемой финансовой услуге, отсутствуют сведения о наименовании или имени лица, оказывающего данные услуги, а также умалчиваются иные условия оказания соответствующих услуг, влияющие на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, при сообщении в рекламе хотя бы одного из таких условий, а также не сообщены все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), что является существенной информацией и может ввести в заблуждение потребителей рекламы.

Нарушение заключается в следующем.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило обращение физического лица (вх. № 3653 от 15.06.2016 г.) о нарушении рекламного законодательства в отношении информации следующего содержания, содержит признаки нарушения ч. 1 ст. 28, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило обращение физического лица о нарушении рекламного законодательства в отношении информации следующего содержания:

- «<...> кредитный дом. Займы до 30000 р. Без справок и поручителей. Оформить быстро и удобно! <...><...> », размещенной на выносном штендере рядом с входом в здание по адресу: <...>;

- «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», размещенной на обратной стороне выносного штендера, расположенного рядом с входом в здание по адресу: <...>;

- «<...> кредитный дом. Займы до 30000 р. Без справок и поручителей. Оформить быстро и удобно! <...><...> », размещенной на фасаде слева от входа в здание по адресу: <...>;

- «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Сбережения застрахованы. Система страхования сбережений Народные кассы ОВС. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», размещенной на фасаде справа от входа в здание по адресу:<...>

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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 – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная реклама адресована неопределенному кругу лиц, в том числе пешеходам, пассажирам и водителям транспортных средств, поскольку размещена рядом с тротуаром, вблизи от автомобильной дороги, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (финансовым услугам, предоставляемым КПК . - займ, сбережения), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

Требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу финансовых услуг и финансовой деятельности. Соответственно для

квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования являются услуги либо деятельность, относящиеся к финансовым.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Пунктом 5 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» установлено, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов - это деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме, осуществляемая за счет систематически привлекаемых на возвратной и платной основе денежных средств и (или) осуществляемая не менее чем четыре раза в течение одного года (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

Согласно ст. 1 Федерального закона от 18.07.2009 N 190-ФЗ "О кредитной кооперации", кредитный потребительский кооператив - добровольное объединение физических и (или) юридических лиц на основе членства и по территориальному, профессиональному и (или) иному принципу в целях удовлетворения финансовых потребностей членов кредитного кооператива (пайщиков).

Анализ указанных норм в совокупности с понятием финансовой услуги, установленной Федеральным законом «О защите конкуренции», позволяет сделать вывод о том, что оказываемые кредитными потребительскими кооперативами услуги по привлечению денежных средств (займы) являются финансовыми услугами.

В спорной рекламе, одним из объектов рекламирования является услуга – выдача займов.

Таким образом, исходя из вышеуказанных нормативно определенных понятий, указанные в спорной рекламе услуги (займ) связаны с привлечением либо размещением денежных средств физических лиц, что позволяет идентифицировать их в качестве финансовых, на рекламу которых распространяются требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется отчество).

Исходя из анализа положений Федерального закона «О рекламе», целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте

рекламирования. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге). Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Поскольку распространенная реклама финансовой услуги направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие наименования лица, предоставляющего финансовую услугу, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

Согласно ст. 54 Гражданского кодекса РФ наименование лица состоит из организационно - правовой формы и фирменного наименования. В вышеуказанной рекламе указано только фирменное наименование.

Таким образом, спорная реклама не содержит организационно - правовой формы, т.е. отсутствует наименование лица, предоставляющего финансовую услугу - займы, сбережения, что является нарушением ч. 1 ст.28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В соответствии с ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным «О потребительском кредите (займе)» от 21.12.2013 № 353-ФЗ, для заемщика и влияющие на нее.

Согласно пункту 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» реклама должна отвечать критериям достоверности, которые имеют объективное подтверждение в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Статья 432 Гражданского кодекса РФ к существенным относит условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те

условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», при этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 указанного закона.

Учитывая изложенное, если реклама услуг, связанных с предоставлением займа, использованием им и погашением займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость займа и влияющие на нее.

Указание условий оказания финансовых услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Как было установлено, в спорной рекламе содержались сведения о процентной ставке по сбережениям (до 20 %). Возможные суммы сбережений, срок сбережений и иные условия, влияющие на его фактическую стоимость и расходы вкладчика, в рекламе отсутствовали, что является нарушением п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Рассматриваемая рекламная информация содержала только часть условий по предоставлению займов, а именно: займы до 30000 р. без справок и поручителей. При этом иные существенные условия предоставления займов, такие как минимальная сумма потребительского кредита (займа), минимальный срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа), валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем), и порядок их определения, в данной рекламе не указаны, что является нарушением п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 7 ст. 5 Федерального 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.

Основными видами деятельности КПК . являются: привлечение денежных средств от членов кооператива на основании договоров займа, предоставление займов членам кооператива на основании договоров займа, заключаемых между кооперативом и заемщиком – членом кооператива.

В спорной рекламе отсутствовала существенная информация о том, что рекламируемой услугой могут воспользоваться только члены кооператива. При этом данная информация вводит потребителей в заблуждение относительно порядка приема (выдачи) денежных средств.

Поскольку распространенная реклама финансовой услуги направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и

информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие всех существенных условий может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

В рекламе «<...> кредитный дом. Займы до 30000 р. Без справок и поручителей. Оформи быстро и удобно! <...><...> », указано только одно из условий финансовой услуги – размер максимальной суммы займа – 30000 рублей, однако не указаны иные условия, влияющие на сумму доходов и расходов, такие как срок, на который выдается займ, годовая процентная ставка по займу и т.д.

Согласно ч. 2 ст. 30 Федерального закона от 18.07.2009 N 190-ФЗ «О кредитной кооперации», по договору передачи личных сбережений физическое лицо, являющееся членом кредитного кооператива (пайщиком), передает кредитному кооперативу денежные средства на условиях возвратности, платности, срочности.

В рекламе «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>» указано одно существенное условие: процентная ставка по сбережениям (20%), рекламодатель привлекает внимание к оказываемым финансовым услугам, вместе с тем информация о том, что данные условия тесно взаимосвязаны с иными критериями: суммой сбережений, сроком сбережений и иными критериями, является существенной, и ее отсутствие в любом случае вводит потребителей в заблуждение относительно возможности получения сбережений до 20% годовых.

Таким образом, в вышеуказанной рекламе нарушаются требования ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28 и ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных положений ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28 и ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель. Рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Кировским УФАС России установлено, что спорная реклама, размещена по инициативе КПК .. Данный факт подтверждается устными пояснениями КПК ., а также представленными в материалы дела копиями счета №810 от 27.04.16 на оплату услуг по изготовлению и монтажу имиджевых конструкций, наклеек на стекло и штендеров со спорной рекламной информацией, копией договора аренды нежилого помещения от 02.04.16 по адресу <...>, актом фиксации рекламы от 25.06.2016, подтверждающим фактическое осуществление деятельности КПК . по

указанному адресу.

Исследовав указанные документы, следует сделать вывод, что рекламодателем и рекламодателем спорной рекламы является КПК ..

В связи с изложенным, размещение спорной рекламы было осуществлено в интересах КПК .., поэтому, исходя из понятия рекламодателя и рекламодателя по смыслу Федерального закона «О рекламе», надлежащим рекламодателем и рекламодателем является КПК .., который несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 47/04-16р.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с даты выявления распространения вышеуказанной рекламы – 25.06.2016 (акт фиксации рекламы).

Ответственность за вышеуказанное нарушение законодательства РФ о рекламе предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ. В соответствии данной нормой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 6](#) настоящей статьи, [частью 4 статьи 14.3.1](#), [статьями 14.37, 14.38, 19.31](#) настоящего Кодекса, 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.

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях КПК .., выразившихся в определении содержания и распространении рекламы «<...> кредитный дом. Займы до 30000 р. Без справок и поручителей. Оформить быстро и удобно! <...><...> », «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Сбережения застрахованы. Система страхования сбережений Народные кассы ОВС. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», размещенной по адресу: <...>, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемой финансовой услуге, отсутствуют сведения о наименовании или имени лица, оказывающего данные услуги, а также умалчиваются иные условия оказания соответствующих услуг, влияющие на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, при сообщении в рекламе хотя бы одного из таких условий, а также не сообщаются все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), что является существенной информацией и может ввести в заблуждение потребителей рекламы, в нарушение пункта 1 ст. 28, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия КПК. по определению содержания и распространению рекламы «<...> кредитный дом. Займы до 30000 р. Без справок и поручителей. Оформи быстро и удобно! <...><...>», «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Сбережения застрахованы. Система страхования сбережений Народные кассы ОВС. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», размещенной по адресу: <...>, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемой финансовой услуге, отсутствуют сведения о наименовании или имени лица, оказывающего данные услуги, а также умалчиваются иные условия оказания соответствующих услуг, влияющие на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, при сообщении в рекламе хотя бы одного из таких условий, а также не сообщаются все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), что является существенной информацией и может ввести в заблуждение потребителей рекламы, в нарушение пункта 1 ст. 28, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями [раздела II](#) настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Субъектом административного правонарушения является рекламодаделец и рекламодатель - юридическое лицо КПК., которое определило содержание и распространило рекламу «<...> кредитный дом. Займы до 30000 р. Без справок и поручителей. Оформи быстро и удобно! <...><...>», «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Сбережения застрахованы. Система страхования сбережений Народные кассы ОВС. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>». Поэтому нарушение рекламного законодательства произошло по вине КПК К<...>.

При установлении субъективной стороны административного правонарушения следует учитывать разъяснения Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях", а именно: при рассмотрении дел об административных правонарушениях понятие вины юридических лиц раскрывается в [части 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ ([пункт 16.1](#)).

Следовательно, и в тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части [КоАП](#) РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не

были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению ([часть 2 статьи 2.1 КоАП РФ](#)).

В данном случае установлено, что у КПК . имелась возможность для соблюдения требований нарушение пункта 1 ст. 28, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, Кировское УФАС России считает, что рассматриваемое правонарушение произошло по вине КПК ..

Место совершения административного правонарушения: адрес месторасположения рекламы «<...> кредитный дом. Займы до 30000 р. Без справок и поручителей. Оформи быстро и удобно! <...><...> », «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Сбережения застрахованы. Система страхования сбережений Народные кассы ОВС. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», размещенной по адресу -<...>

Время совершения административного правонарушения: дата распространения рекламы «<...> кредитный дом. Займы до 30000 р. Без справок и поручителей. Оформи быстро и удобно! <...><...> », «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Сбережения застрахованы. Система страхования сбережений Народные кассы ОВС. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>»– 25.06.2016 (акт фиксации рекламы).

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 74р-16/47-04-16р от 12.10.2016 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 47/04-16р.

В соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Таким образом, совершенные юридическим лицом КПК . действия по определению содержания и распространению рекламы «<...> кредитный дом. Займы до 30000 р. Без справок и поручителей. Оформи быстро и удобно! <...><...> », «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», «<...> кредитный дом. Доход до 20% по сбережениям. Сбережения застрахованы. Система страхования сбережений Народные кассы ОВС. Снимай % и пополняй! <...> кредитный дом. <...>», размещенной по адресу: <...>, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемой финансовой услуге, отсутствуют сведения о наименовании или имени лица, оказывающего данные услуги, а также умалчиваются иные условия оказания соответствующих услуг, влияющие на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся

услугами лица, при сообщении в рекламе хотя бы одного из таких условий, а также не сообщаются все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), что является существенной информацией и может ввести в заблуждение потребителей рекламы, в нарушение пункта 1 ст. 28, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола юридическое лицо – КПК, извещено надлежащим образом (уведомление получено 24.10.2016 г.). На рассмотрение протокола законный представитель КПК, не явился, представителя не направил, ходатайств не заявлял.

Протокол рассмотрен в отсутствие законного представителя КПК ..

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

Согласно части 1, 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Поскольку согласно информации на сайте <https://rmsp.nalog.ru/> КПК, включен в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, совершено Обществом впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к Обществу меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь статьями 3, ст.5, ст. 28, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

## ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать юридическое лицо - КПК .<...> виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к КПК . .<...> меру ответственности в виде предупреждения.

***В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.***

***Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.***