

РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-17/13

01.08. 2017 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии:

начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С.,

главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

рассмотрев дело № 08-04-17/13 от 29.06.2017 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) в отсутствие представителя КПК «Апатиты -Кредит»

УСТАНОВИЛА:

Отдел архитектуры и градостроительства администрации города Апатиты направил в Управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области фотографии рекламы, которую КПК «Апатит-кредит» разместило на фасаде здания №35 по ул. Дзержинского в г. Апатиты, с признаками нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

По мнению специалистов отдела архитектуры и градостроительства администрации, существенная информация о том, что займы предоставляется «*только для пайщиков кооператива», выполнена мелким не распознаваемым шрифтом, что приводит к искажению смысла рекламы и вводит потребителей рекламы в заблуждение.

В соответствии со статьей 3 Закона 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;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы

любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьями 5-6 Федерального закона от 21.12.2013 N 353-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "О потребительском кредите (займе)".

Статья 5 Закона о рекламе закрепила общие требования к рекламе. В частности, 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 (часть 7 Закона о рекламе); при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации (часть 11 Закона о рекламе). Вместе с тем, реклама финансовых услуг подчинена требованиям статьи 28 Закона о рекламе.

Определением о возбуждении дела 08-04-17/13 от 29.06.2017г рассмотрение дела назначено на 18.07.2017г. в 14:30 и направлено по юридическому адресу Общества.

В порядке подготовки дела к рассмотрению, антимонопольный орган запросил представить к 11.07.2017г сведения и документы, позволяющие всесторонне и полно рассмотреть дело по признакам нарушения рекламного законодательства.

Общество в назначенную дату на рассмотрение дела не явилось, запрашиваемые документы не представило. 17.07.2017 в адрес Мурманского УФАС России поступило ходатайство от КПК «Апатиты-кредит» с просьбой отложить рассмотрение дела, в связи с невозможностью в срок представить запрашиваемые антимонопольным органом документы.

В соответствии с пунктом 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508, Комиссия удовлетворила ходатайство и отложила рассмотрение дела 08-04-17/13 до 01.08.2017г.

Мурманским УФАС России повторно были запрошены не представленные кооперативом документы.

В назначенную дату Комиссия в том же составе в отсутствии представителя КПК «Апатиты-кредит»(уведомлен надлежащим образом), рассмотрела дело 08-04-17/13 по признакам нарушения рекламного законодательства.

01.08.2017 (вх.3745Э) КПК «Апатиты-кредит» представил письменные пояснения, часть запрашиваемых антимонопольным органом документов и ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие кооператива. КПК «Апатиты-кредит» не представило утвержденные макеты рекламы, договор на изготовление рекламы с актами выполненных работ, сославшись на их отсутствие, а также не представило приказ/ распоряжение/решение собрания пайщиков кооператива об полных условиях представления всех видов займов, указанных в рекламе и в частности условий предоставления займа в счет материнского капитала.

Комиссия изучила представленные КПК «Апатиты-кредит» документы, проанализировала содержание рекламных баннеров и учла позицию кооператива, изложенную в пояснениях.

Кредитный потребительский кооператив «Апатиты-кредит», согласно сведениям из единого государственного реестра юридических лиц, предоставляет займы и прочие виды кредита(64.92) и осуществляет деятельность по предоставлению прочих финансовых услуг(64.9).

Согласно Устава КПК «Апатиты-кредит», утвержденного общим собранием членов КПК в форме собрания уполномоченных от 30.06.2014г., кооператив осуществляет основную деятельность по организации финансовой взаимопомощи пайщиков(п.1.2).

Статьей 2 Устава определено, что кооператив – добровольное объединение пайщиков-физических и юридических лиц на основе членства.

Финансовая взаимопомощь – организованный кооперативом процесс объединения пае накоплений и привлечения денежных средств пайщиков, а также иных денежных средств, для размещения в займы пайщикам.

Пайщик –член кредитного кооператива, физическое или юридическое лицо, признающее устав и удовлетворяющее его требованиям, оплатившее вступительный и обязательный паевой взносы, принятое в кооператив, пользующееся правами и исполняющее уставные обязанности пайщика, соблюдающее правила и процедуры, установленные внутренними нормативными документами кооператива.

Банк России (Департамент допуска на финансовый рынок (далее - уполномоченное структурное подразделение) ведет реестр в соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 Федерального закона "О кредитной кооперации" на основе сведений, от саморегулируемых организаций кредитных потребительских кооперативов (далее - саморегулируемые организации).

КПК «Апатиты-кредит» входит в реестр саморегулируемой организации кредитных потребительских кооперативов «Содействие» № 208 от 14.09.12 (<http://sro-sodeystvie.ru>).

В ходе изучения представленных материалов установлено, что по договору аренды нежилого помещения б/н от 01.01.2016 и дополнительному соглашению к договору, арендатор КПК «Апатиты - Кредит» арендует помещения в здании по ул. Дзержинского, д.35 в г. Апатиты, принадлежащего ООО «Бизнес-Индустрия» до 01.12.2017года.

КПК «Апатиты-кредит» заключило договор б/н от 01.10.2016 с ООО «Бизнес-Индустрия» на установку и эксплуатацию трех рекламных конструкций на фасаде здания по ул. Дзержинского, д.35 в г. Апатиты. Материалы дела содержат копии разрешений на установку рекламных конструкций: № RU-01-06/02-17 от 12.01.2017 баннер площадью 1,2х6м; № RU-01-06/03-17 от 12.01.2017 баннер площадью 3х3м; № RU-01-06/01-17 от 12.01.2017 баннер площадью 1,5-0,5м, выданных КПК «Апатиты-кредит».

Согласно сведений из ЕГРЮЛ КПК «Апатиты-Кредит» Титовский Александр

Валерьевич является одним из учредителей и председателем правления кооператива и имеет право действовать без доверенности от имени КПК «Апатиты - Кредит».

Председатель правления КПК «Апатиты-Кредит» письменно изложил, что для разрешения вопроса о том, требуется ли в спорной рекламе указывать все условия, влияющие на полную стоимость кредита (займа), необходимо установить, имеется ли в данной рекламе хотя бы одно условие, влияющее на стоимость кредита (займа).

Спорная реклама содержит следующую информацию: «до двух лет - 200000 руб.», «на жилье - 600000 руб.», «до зарплаты - 15000 руб.», «* только для пайщиков кооператива».

Таким образом, в рекламе упоминается срок, цель, сумма займа, а также категория заемщиков.

Вместе с этим, ни один из данных параметров с точки зрения Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» не является критерием, влияющим на полную стоимость займа. Таким образом, правовых оснований для включения в текст рекламы иных параметров, предусмотренных действующим законодательством, не имеется.

Нормы статьи 6 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» не предусматривают в качестве критериев, определяющих полную стоимость кредита, цель, срок или сумму кредита.

Таким образом, с 1 июля 2014 года (дата начала применения Федерального закона «О потребительском кредите (займе)», ст. 17), по мнению КПК «Апатит-кредит», при анализе рекламы следует использовать толкование полной стоимости кредита, предусмотренной названным законом.

Кроме того, в целях наглядной иллюстрации отсутствия влияния на полную стоимость кредита срока и или суммы займа КПК «Апатиты-кредит» подготовило 6 таблиц с использованием параметров, указанных в спорной рекламе: 600 000 рублей, 200 000 рублей, 100 000 рублей, 2 года и 1 год. Из представленных таблиц следует, что раздел «полная стоимость кредита» не меняется и всегда составляет 29,99 % вне зависимости от срока действия договора или суммы, полученной в заем.

С учетом изложенных обстоятельств, КПК «Апатиты-кредит» полагает, что правовых оснований для выводов о наличии в его действиях нарушения законодательства о рекламе не имеется.

Согласно фототаблицы, представленной отделом архитектуры и градостроительства администрации города Апатиты все три баннера размещены на фасаде многоэтажного здания по ул. Дзержинского, д.35 в г. Апатиты.

Баннер площадью 1,2х6м содержит следующую информацию: «Апатиты-Кредит. ЗАЙМЫ до 2-х лет до 200000 руб., на жильё до 600000 руб. погашение материнским капиталом, до зарплаты до 15000 руб. 808007002482 звонок бесплатный, Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308»;

Баннер площадью 1,5x0,5м содержит следующую информацию: «ЗАЙМЫ до 2-х лет на жильё до зарплаты Апатит – кредит 808007002482звонок бесплатный»;

Баннер площадью 3x3м содержит следующую информацию: «Апатиты-Кредит. Получи свой материнский капитал, оформи заем на жильё 808007002482, звонок бесплатный, г. Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308».

Реклама содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц (наружная баннерная реклама); формирует и поддерживает интерес к «Апатиты Кредит» и его услугам(займы на жильё, до зарплаты); преследует строго заданные цели продвижение услуг.

Объектами рекламирования являются: «Апатиты Кредит»; займы.

Телефон, указанный в рекламе «88007002482», согласно договору об оказании услуг связи№ LK206 от 2014 года, принадлежит абоненту ИП Титовскому А. В.

Комиссия рассмотрела рекламу с точки зрения её восприятия потребителем, оценивая в совокупности место и способ размещения рекламы, форму и содержание рекламы.

Учитывая, что рекламные конструкции с рекламным текстом размещены на уровне пятого и четвертого этажа, потребитель не имеет возможности прочесть текст, выполненный в рекламе мелким шрифтом и соответственно получить полную и значимую для него информацию о лице, предоставляющем займы, и о том, что займы, доступны лишь для лиц, вступивших в кредитный потребительский кооператив.

Анализируя текст рекламы и способ её выполнения (шрифт, цвет, графическое расположение текста) комиссия пришла к выводу, что привлекательная информация выполнена крупным, цветным выделенным шрифтом примерно от 10 до 30 см и размещена в центре рекламного полотна.

Менее привлекательная информация для инициатора рекламы, но значимая для потребителя рекламы, о том, что предлагаемые займы предоставляются «кредитным потребительским кооперативом» и «только для пайщиков» выполнена в рекламе мелким нечитаемым шрифтом 0,8мм и помещена в верхний угол рекламы.

Автор использует при производстве рекламы шрифты различного размера, меняет цветовую гамму, акцентирует внимание на отдельных фразах, т.е. прибегает к средствам креолизации текста.

Креолизованный текст — текст, фактура которого состоит из двух разнородных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык).

К средствам креолизации вербальных текстов относятся изобразительные компоненты, соседствующие с вербальными и оказывающие существенное влияние на интерпретацию текста, а также все технические моменты оформления текста, влияющие на его смысл. Среди них: шрифт (нескольких видов и размеров), цвет, фон текста(цветной или иллюстрированный), средства орфографии, пунктуации и словообразования, иконические печатные символы (пиктограммы,

идеограммы и т. п.), графическое оформление вербального текста (в виде фигуры, в столбик и т. п.).

В рассматриваемом рекламном тексте подтекст запланированный автором выражен невербально, но он обладает маркерами, которые сигнализируют потребителю о «нужном», то есть подтекст реализуется в таких контекстно-ситуативных условиях, которые являются предпосылками для «нужного» восприятия рекламного текста. Детальное рассмотрение рекламы показывает, что для усиления акцента, в рекламе на первый план помещены изображение трех улыбающихся мультипликационных лиц с ценовыми предложениями займов, крупным шрифтом выполнено слово «ЗАЙМЫ» и телефон по которому следует обращаться бесплатно. Однако информация о лице, предоставляющем финансовую услугу помещена вверху, и выполнена шрифтом в десятки раз меньшим, чем весь текст рекламы.

Из рассматриваемой рекламы не следует, что займы предлагает кредитный потребительский кооператив, т.к. шрифт, которым выполнена надпись не читабелен.

Часть 1 статьи 28 Закона о рекламе закрепила требование о том, что 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).

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (далее - Закон о защите конкуренции) под финансовой услугой понимается 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.

Таким образом, финансовыми услугами являются конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования являются финансовые услуги (займы), предоставляемые КПК «Апатиты-кредит».

Однако в нарушение части 1 статьи 28 Закона о рекламе реклама, размещенная на трех баннерах адресу г. Апатиты, ул. Дзержинского, д.35, не содержит наименования лица, оказывающего финансовые услуги.

В силу статьи 1473 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического

лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Юридическое лицо должно иметь одно полное фирменное наименование и вправе иметь одно сокращенное фирменное наименование на русском языке.

Единый государственный реестр юридических лиц содержит следующие сведения о юридическом лице: полное наименование - кредитный потребительский кооператив «Апатиты-Кредит» сокращенное наименование - КПК «Апатиты-Кредит».

Кредитный кооператив является некоммерческой организацией. Деятельность кредитного кооператива состоит в организации финансовой взаимопомощи членов кредитного кооператива (пайщиков) посредством:

1) объединения паенакоплений (паев) и привлечения денежных средств членов кредитного кооператива (пайщиков) и иных денежных средств в порядке, определенном настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами и уставом кредитного кооператива;

2) размещения указанных в пункте 1 денежных средств путем предоставления займов членам кредитного кооператива (пайщикам) для удовлетворения их финансовых потребностей (п. п. 1 - 2 ст. 3 Закона о кредитной кооперации).

Помимо организации финансовой взаимопомощи своих членов кредитный кооператив вправе заниматься иными видами деятельности с учетом ограничений, установленных статьей 6 Закона о кредитной кооперации, при условии, если такая деятельность служит достижению целей, ради которых создан кредитный кооператив, соответствует этим целям и предусмотрена уставом кредитного кооператива. В частности, кредитный кооператив не вправе в силу пункт 1, пункт 6 части 1 статьи 6 Закона о кредитной кооперации:

- предоставлять займы лицам, не являющимся членами кредитного кооператива (пайщиками);

- привлекать денежные средства лиц, не являющихся членами кредитного кооператива, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом.

Рассматриваемая реклама не раскрывает существенную информацию об обязанности и условиях членства в кредитном кооперативе для получения финансовой взаимопомощи в соответствии с Законом о кредитной кооперации, что является нарушением часть 7 статьи 5, части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

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 частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе предусмотрено, что 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.

К условиям, влияющим на стоимость кредита/займа, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

Спорная реклама не содержит четкой информации о необходимости членства в кооперативе, о возникающих в связи с этим обязательствах члена кредитного кооператива по уплате членских взносов, субсидиарной ответственности по обязательствам кооператива, создавая впечатление о том, что любой желающий может получить ту или иную рекламируемую услугу.

Уставом КПК «Апатиты-Кредит» предусмотрено, что пайщик обязан оплатить вступительный и обязательный паевой взносы. Реклама не содержит информацию о сумме обязательных взносов.

Таким образом, неполная информация о дополнительных расходах заемщика (в виде взносов и субсидиарной ответственности по обязательствам кооператива) не позволит потребителю в полной мере оценить свои возможности и сделать правильный для себя выбор, в необходимости получения рекламируемой финансовой услуги.

В рассматриваемой рекламе были указаны только привлекательные условия оказания финансовых услуг, а именно: возможность получения займа «до двух лет-200000 руб.»; «на жильё - 600000 руб.» и «до зарплаты 15000 руб.».

Вместе с тем условия, которые позволили бы потребителю правильно и в полном объеме оценить приемлемость условий получения необходимой ему услуги займа, в рассматриваемой рекламе отсутствуют.

Именно информация выполненная мелким шрифтом раскрывает существенную для потребителя информацию о том, что займы предоставляете кредитный потребительский кооператив, а это значит, что для получения займа необходимо выполнить ряд обязательных требований, в первую очередь вступить в кооператив и стать его пайщиком, уплатить вступительный взнос и членский взнос.

Поскольку распространенная обществом реклама услуги по предоставлению в заем денежных средств 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 рекламой.

Утверждение рекламодача о том, что реклама соответствует в полном объеме

рекламному законодательству, не соответствует действительности, поскольку доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное и относительно полное) представление о рекламируемом объекте (финансовой услуге).

Формальное наличие в рекламе существенной информации при ненадлежащей форме ее представления не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе.

Комиссия при оценке рекламы, оценивала в совокупности все элементы зрительного воздействия рекламы на потребителя, учитывало их первое впечатление от рекламы и исходило из понятия рекламы, которая предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем, вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

В связи с этим приняты во внимание пункт 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" (далее - постановление Пленума ВАС РФ N 58) в корреспонденции с частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе, Закон N 38-ФЗ).

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" следует, что если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. Закон о кредитной кооперации является специальным, неизвестен неопределенному кругу лиц (потенциальным потребителям рекламного продукта). Основная цель Закона о кредитной кооперации - определение правовых и организационных основ создания и деятельности кредитных потребительских кооперативов различных видов и уровней.

Понятие существенной информации в Законе о рекламе не содержится, но из смысла части 7 статьи 5 Закона о рекламе следует, что реклама должна содержать не все сведения о конкретном рекламном продукте, а лишь его существенные составляющие, поименованные в законодательных актах. Краткость содержания рекламы допустима, но при условии, что реклама не создает иллюзий о рекламируемом товаре (услуге) и порядке его приобретения (пользования) в целях привлечения интереса потребителей.

При этом потребитель при выборе товара посредством восприятия рекламы делает свой выбор, исходя из самой понятной и самой в его понимании необходимой информации. В большинстве случаев используемые в рекламной

информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель, не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

Использование в тексте рассматриваемой рекламы фраз «оформи заем на жилье» - «получи свой Материнский капитал», « Займы до 2-х лет, до зарплаты, на жильё, в отсутствии информации о необходимости вступления в кооператив может создать у потребителя неверное восприятие о рекламируемых услугах.

Кроме того, предложенный в рассматриваемой рекламе, размещенной на настенном баннере, способ использования материнского капитала «оформи заем на жилье - получи свой Материнский капитал» противоречит порядку предоставления мер государственной поддержки, установленных Федеральным законом «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей» от 29.12.2006 N 256-ФЗ, что является нарушением части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

Так, в соответствии с частью 3 статьи 7 Федерального закона от 29.12.2006 N 256-ФЗ "О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей" лица, получившие сертификат, могут распоряжаться средствами материнского (семейного) капитала в полном объеме либо по частям по следующим направлениям: улучшение жилищных условий; получение образования ребенком (детьми); формирование накопительной пенсии для женщин; приобретение товаров и услуг, предназначенных для социальной адаптации и интеграции в общество детей-инвалидов.

Указанный перечень способов использования средств материнского (семейного) капитала является исчерпывающим и не предусматривает возможности выдачи наличных денег под материнский капитал. Любые способы, предусматривающие так называемое "обналичивание" средств материнского (семейного) капитала, являются незаконными.

КПК «Апатиты-Кредит» по запросу антимонопольного органа не представило пояснений и документов кооператива, раскрывающих рекламное предложение: «Получи свой материнский капитал - оформи заем на жилье».

Комиссия Мурманского УФАС не может принять доводы рекламодателя КПК «Апатиты -Кредит» о том, что кооперативом были соблюдены нормы рекламного законодательства, т.к. реклама не содержит всей существенной для потребителя информации о лице, предоставляющем займы, о сумме вступительного и обязательного взноса в потребительский кооператив «Апатиты-кредит», о том, что заём предоставляется только пайщикам кооператива, а также об условиях получения займов членами кооператива, связанных с материнским капиталом, тем самым нарушает требования части 7 статьи 5, части 11 статьи 5, части 1 статьи 28 и пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Комиссия, признала размещенную в январе на фасаде многоэтажного здания по ул. Дзержинского, д.35 в г. Апатиты рекламу:

«Апатиты –Кредит. ЗАЙМЫ до 2-х лет до 200000 руб., на жильё до 600000 руб. погашение материнским капиталом, до зарплаты до 15000 руб. 808007002482 звонок бесплатный, Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308»;

«ЗАЙМЫ до 2-х лет на жильё до зарплаты Апатит – кредит 808007002482звонок бесплатный»;

«Апатиты-Кредит. Получи свой материнский капитал, оформи заем на жильё 808007002482, звонок бесплатный, г. Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308», ненадлежащей, не отвечающей требованиям части 7 статьи 5, части 11 статьи 5, части 1 статьи 28 и пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5, части 11 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ несет рекламодатель – кредитный потребительский кооператив «Апатиты-Кредит»(ИНН 5118000452, ОГРН 1125118000457 от10.07.2012, Юр. адрес:184209, Мурманская область, г. Апатиты, ул. Дзержинского, д.35, офис308).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: «Апатиты –Кредит. ЗАЙМЫ до 2-х лет до 200000 руб., на жильё до 600000 руб. погашение материнским капиталом, до зарплаты до 15000 руб. 808007002482 звонок бесплатный, Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308»;

«ЗАЙМЫ до 2-х лет на жильё до зарплаты Апатит – кредит 808007002482звонок бесплатный»;

«Апатиты-Кредит. Получи свой материнский капитал, оформи заем на жильё 808007002482, звонок бесплатный, г. Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308», размещённую в январе 2017 года на фасаде многоэтажного здания по ул. Дзержинского, д.35 в г. Апатиты, ненадлежащей, не отвечающей требованиям части 7 статьи 5, части 11 статьи 5 и части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.

2.Признать лицом, нарушившим части 7 статьи 5, части 11 статьи 5 и части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе кредитный потребительский кооператив «Апатиты-Кредит»(ИНН 5118000452, ОГРН 1125118000457 от10.07.2012, Юр. адрес:184209, Мурманская область, г. Апатиты, ул. Дзержинского, д.35, офис308).

3.Выдать предписание кредитному потребительскому кооперативу «Апатиты-Кредит»(ИНН 5118000452, ОГРН 1125118000457 от10.07.2012, Юр. адрес:184209, Мурманская область, г. Апатиты, ул. Дзержинского, д.35, офис308)об устранении нарушения части 7 статьи 5, части 11 статьи 5 и части 1 статьи28, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе и обеспечении соблюдения указанной нормы.

4.Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении КПК «Апатиты-Кредит».

Резолютивная часть решения объявлена 01 августа 2017 года.

Решение изготовлено в полном объеме 07 августа 2017 года.

В соответствии со статьей 37 Закона о рекламе, решение, антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Председатель комиссии: И.Н. Попова

Члены комиссии: А.С.Коптев

С.В. Мороз

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе по делу

№ 08-04-17/13

01.08.2017 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии:

начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С.,

главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

на основании своего решения от 01.08.2017 по делу № 08-04-17/13 о признании рекламы: Апатиты –Кредит. ЗАЙМЫ до 2-х лет до 200000 руб., на жильё до 600000 руб. погашение материнским капиталом, до зарплаты до 15000 руб. 808007002482 звонок бесплатный, Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308»;

«ЗАЙМЫ до 2-х лет на жильё до зарплаты Апатит – кредит 808007002482 звонок бесплатный»;

«Апатиты-Кредит. Получи свой материнский капитал, оформи заем на жильё 808007002482, звонок бесплатный, г. Апатиты, Дзержинского, 35, офис.308», размещённую в январе 2017г на фасаде многоэтажного здания по ул. Дзержинского, д.35 в г. Апатиты, ненадлежащей, не отвечающей требованиям

части 7 статьи 5, части 11 статьи 5 и части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ, и в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Рекламораспространителю кредитному потребительскому кооперативу «Апатиты-Кредит» прекратить нарушение части 7 статьи 5, части 11 статьи 5 и части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, и в соблюдении указанных норм размещать рекламную информацию в виде наружной рекламы и в СМИ о наименовании кооператива, предоставляющего займы; информировать потребителей, что заём предоставляется только пайщикам кооператива, с указанием вступительного и обязательного взноса в потребительский кооператив «Апатиты-кредит», а также привести в рекламе существенные условия получения займов членами кооператива, с участием материнского капитала.

2. Об исполнении предписания и принятых мерах сообщить в УФАС по Мурманской области до 28 августа 2017 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель комиссии: И.Н. Попова

Члены комиссии: А.С. Коптев

С.В. Мороз