



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

РЕШЕНИЕ

по делу №066/05/28-599/2019

Резолютивная часть объявлена 29.07.2019

В полном объеме изготовлено 09.08.2019

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

<...> – заместитель руководителя управления – начальник юридического отдела, председатель Комиссии,

<...> – начальник отдела контроля органов власти, член Комиссии,

<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти, член Комиссии, при участии:

Уральское главное управление Центрального банка Российской Федерации (620144, г. Екатеринбург, ул. Циолковского, 18, (далее – Уральское ГУ Банка России), <...> (доверенность 66 АА 4998359 от 25.06.2018),

- лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

1) Потребительский кооператив «Семейная копилка» (ОГРН 1145658339155, ИНН 5610165789, 460024, Оренбургская область, г. Оренбург, ул. Чкалова, 2, kred@kopilkakpk.ru, далее – ПК «Семейная копилка»), извещено, не явилось;

2) ООО «Город 66» (ИНН 6671452535, 620014, г. Екатеринбург, ул. Добролюбова, 16), извещено, не явилось,

- заинтересованных лиц:

1) ИП <...> (ИНН 434528625463, <...>), извещен, не явился,

2) ООО «Новация» (ИНН 7453257198, 454092, г. Челябинск, ул. Васенко, 96-51) – директор <...> (Приказ №03 от 12.1.2017) – личная явка,

рассмотрев в рамках Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее – Правила №508), дело №066/05/28-599/2019, возбужденное по признакам нарушения ч. 14 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения в газете «Наша газета с программой телепередач» №45 (1176) от 15.11.2018 на странице 12 рекламы ПК «Семейная копилка» о привлечении денежных средств во вклады лицом, не имеющего соответствующей лицензии и не включенного в соответствующий реестр,

УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/28-599/2019 по признакам нарушения рекламного законодательства было возбуждено в отношении ПК «Семейная копилка» Определением от 29.04.2019 (исх.№8889 от 06.05.2019) по итогам рассмотрения обращения Уральского ГУ Банка России (вх.№01-8018 от 05.04.2019), и назначено к рассмотрению на 11.06.2019. Определением от 11.06.2019 рассмотрение дела отложено на 29.07.2019 в связи с необходимостью получения дополнительной информации, а также привлечения к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства ООО «Город 66», в качестве заинтересованных лиц – ИП <...>, ООО «Новация».

Заявитель Уральское ГУ Банка России указывает на то, что в газете «Наша газета с программой телепередач» №45 (1176) от 15.11.2018 на странице 12 выявлена реклама ПК «Семейная копилка», которая, по мнению заявителя, не соответствует требованиям ч. 14 ст.28 Закона о рекламе.

К заявлению приложена копия страницы печатного издания «Наша газета» с указанной рекламой.

Уральское ГУ Банка России полагает, что содержание данной рекламы может создавать у потребителей впечатление, что объектом рекламирования выступают финансовые услуги по приему денежных средств во вклады, при этом, ПК «Семейная копилка» не является кредитным кооперативом. Лицензия на осуществление ПК «Семейная копилка» банковской деятельности Банком России не выдавалась, в государственные реестры субъектов микрофинансирования, публично размещенных на официальном сайте Банка России в сети Интернет (www.cbr.ru), ПК «Семейная копилка» не включен.

В настоящее время, сообщил представитель заявителя, ПК «Семейная копилка» проверяется правоохранительными органами на предмет установления наличия/ отсутствия признаков «пирамиды».

Уральское ГУ Банка России указывает, что деятельность, о которой идет речь в рекламе, подлежит лицензированию, при этом, ПК «Семейная копилка» соответствующей лицензии не имеет.

По данным заявителя, ПК «Семейная копилка» в настоящее время деятельность не осуществляет, граждане по юридическому адресу никого не находят.

При рассмотрении дела 29.07.2019 представитель заявителя приобщил к материалам дела копию Постановления о возбуждении уголовного дела и принятии его к производству от 16.05.2019 №11901530016000652, вынесенное следователем СЧ СУ МУ МВД «России «Оренбургское» в отношении неустановленных руководителей ПК «Семейная копилка» ИНН 5610165789 по факту мошеннических действий. Согласно данному постановлению неустановленное лицо, из числа руководителей и учредителей потребительский кооператив (ПК) «Семейная копилка» ИНН 5610165789, (юридический и фактический адрес: Оренбургская область, г. Оренбург, ул. Чкалова, д. 2), основным видом деятельности которого является предоставление прочих финансовых услуг, кроме услуг по страхованию и пенсионному обеспечению, не включенных в другие группировки; дополнительные виды деятельности -торговля оптовая ювелирными изделиями, деятельность по финансовой взаимопомощи, деятельность спортивных объектов, деятельность спортивных объектов, находясь в г. Оренбурге, в период времени с 26.12.2014 по 30.04.2019, обладая в соответствии с уставом ПК «Семейная копилка» и Законом «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» от 19.06.1992 №3085-1 административно-хозяйственными, и организационно-распорядительными функциями в не коммерческой организации, действуя незаконно, умышленно, из корыстных побуждений, с целью хищения денежных средств граждан,

проживающих на территории г. Оренбурга и Оренбургской области и обращения их в свою пользу, посредством размещения в различных источниках средств массовой информации сведений о деятельности юридического лица - ПК «Семейная копилка» (ранее КПК «Семейная копилка»), осуществляя деятельность по принципу- «финансовой пирамиды» путем обмана, под предлогом членства в ПК «Семейная копилка» (ранее КПК «Семейная копилка») и заключения договоров инвестирования и внесения денежных средств на различные суммы, сроки и процентные ставки, якобы гарантирующие высокую доходность (15-22% годовых), похитило принадлежащие <...>, <...>, и другим гражданам денежные средства в размере более 10 000 000 рублей, то есть в особо крупном размере.

Уральское ГУ Банка России получает многочисленные жалобы граждан о том, что они не могут вернуть вложенные в ПК «Семейная копилка» денежные средства, которые перенаправляются в полицию для признания граждан потерпевшими.

Представитель заявителя просил обратить внимание на ИНН хозяйствующего субъекта с отличительной частью фирменного наименования «Семейная копилка», указанный в рекламе и в договоре на размещение рекламы.

ПК «Семейная копилка» на рассмотрение дела не явился, запрошенную информацию не представил.

ООО «Город 66» в письменных пояснениях (вх.№01-12118 от 22.05.2019) сообщило, что в соответствии с Договором купли-продажи печатных площадей № 1 от 01.06.2014 ООО «Город 66» (продавец) предоставляет в собственность ИП <...> (покупатель) печатные площади (полосы).

Использование приобретенных Покупателем печатных площадей (полос), в том числе для размещения рекламы, осуществляется по усмотрению Покупателя (п. 1.2. Договора купли-продажи печатных площадей).

Реклама, указанная в Определении о возбуждении дела № 066/05/28-599/2019 от 29.04.2019, размещалась ИП <...> на основании агентского договора № СМ-06168 от 06.08.2018, заключенным с ООО «Новация» (агент по договору).

В соответствии с условиями агентского договора, ООО «Новация» осуществляло поиск рекламодателя для размещения рекламного модуля в издании «Наша Газета» № 45 (1176) от 15.11.2018, площадью 200 кв.см.

Оригинал-макет для размещения рекламы ПК «Семейная копилка» ИП <...> был предоставлен агентом (ООО «Новация»).

ООО «Город 66» представило в материалы дела:

1. копию Договора купли-продажи печатных площадей (кв. см.) № 1 от 01.06.2014 с приложением № 1 (протокол согласования цены) заключенного между ООО «Город 66» (Продавец) и Индивидуальным предпринимателем <...> (Покупатель),
2. копию Акта приема-передачи печатных площадей (полос) от 30.11.2018 к Договору купли-продажи печатных площадей (кв.см.) № 1 от 01.06.2014, включающего продажу печатных площадей в газете «Наша Газета с программой телепередач» № 45 (1176) от 15.11.2018,
3. копию Агентского договора № СМ-06168 от 06.08.2018 между ИП <...> (Принципал) и ООО «Новация» (агент),
4. копию оригинал-макета, предоставленного ООО «Новация» для размещения в издании «Наша Газета с программой телепередач» № 45 (1176) от 15.11.2018,
5. копию Приложения № 3 на размещение рекламы ПК «Семейная копилка» в издании «Наша Газета с программой телепередач» № 45 (1176) от 15.11.2018,

- б. копию Акта о размещении рекламы № 2190 от 30.11.2018 о размещении рекламы ПК «Семейная копилка» в издании «Наша Газета с программой телепередач» № 45 (1176) от 15.11.2018.

В дополнительных письменных пояснениях (вх. №01-18164 от 29.07.2019) ООО «Город 66» указало, что в соответствии с п. 7 ст. 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение *лицензий* или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений». Пунктом 14 ст. 28 этого же закона предусмотрено, что если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается».

Таким образом, норма права, предусмотренная п. 14 ст. 28 Закона о рекламе, является специальной нормой по отношению к норме, предусмотренной ст. 7 Закона о рекламе (общая норма).

Учитывая принцип приоритета специальной нормы над общей нормой, ООО «Город 66» полагает, что в данном случае должны применяться положения п. 14 ст. 28 Закона о рекламе.

Вместе с тем статьей 38 Закона о рекламе не предусмотрена ответственность рекламораспространителя за нарушение требований п. 14 ст. 28 Закона о рекламе.

Соответственно, рекламораспространитель не является субъектом административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, за нарушение части 14 статьи 28 Закона о рекламе.

Порядок размещения рекламных объявлений, используемый в правоотношениях между ИП <...> и ООО «Город 66», не предусматривает согласование макетов размещаемых объявлений между ИП <...> и ООО «Город 66».

Как указывало ООО «Город 66» ранее (письменные объяснения от 22.05.2019 вх. №01-12118) печатные площади в СМИ «Наша Газеты с программой телепередач» выкупаются ИП <...> у ООО «Город 66» на основании договора купли-продажи печатных площадей № 1 от 01.06.2014 (ранее предоставлен в УФАС по СО), при этом дальнейшее использование приобретенных ИП <...> печатных площадей, в том числе для размещения рекламы, осуществляется по усмотрению ИП <...> без участия ООО «Город 66».

ИП <...> сообщил (вх. №01-18383 от 22.07.2019), что размещение рекламной информации в издании «Наша Газета с программой телепередач» осуществляется ИП <...> на основании приобретения печатных площадей данного издания по Договору купли-продажи печатных площадей № 1 от 01.06.2014.

Размещение рекламы, указанной в определении от 17.06.2019, производилось на основании агентского договора № СМ-06168 от 06.08.2018, согласно условиям которого, ООО «Новация» предоставило ИП <...> для размещения рекламы готовый и подписанный оригинал-макет рекламного объявления.

Согласно п. 13 Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при определении лиц, подлежащих привлечению к административной ответственности за распространение недобросовестной и (или) недостоверной рекламы, судам необходимо также принимать во внимание, что согласно статье 13 Закона о рекламе обязанность предоставить рекламораспространителю сведения о соответствии рекламы требованиям Закона о рекламе возникает у рекламодателя в случае предъявления такого требования

рекламораспространителем, который должен предпринимать разумные меры по недопущению распространения недобросовестной и (или) недостоверной рекламы.

Поэтому рекламораспространитель может быть привлечен к ответственности за распространение недобросовестной и (или) недостоверной рекламы наряду с рекламодателем только в том случае, если им указанные сведения не запрашивались либо если рекламораспространитель, не получив запрошенных сведений, тем не менее не отказался от распространения рекламы.

Кроме того, рекламораспространитель может быть привлечен к ответственности в том случае, если при проверке предоставленных ему сведений на предмет их соответствия фактическим обстоятельствам (например, соответствия сертификата на товар объекту рекламирования; сведений о государственной регистрации лицу, предоставившему эти сведения) не проявит должных осмотрительности и осторожности.

ИП <...> указал, что пописывая и передавая готовый оригинал-макет для последующего размещения заказчик- рекламодатель (ООО «Новация») подтвердил полное соответствие содержащихся в нем сведений требованиям действующего законодательства РФ, соответственно, учитывая приведенные выше положения Пленума ВАС РФ, в действиях ИП <...> отсутствует состав административного правонарушения, предусмотренного ст. 14.3 КоАП РФ.

Кроме того, согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение ч. 14 ст. 28 Закона о рекламе предусмотрена для рекламодателя, которым в данном случае выступало ООО «Новация», а не для рекламораспространителя, соответственно, что также подтверждает отсутствие в действиях ИП <...> признаков состава административного правонарушения, предусмотренного ст. 14.3 КоАП РФ.

ООО «Новация» в ходе рассмотрения дела сообщило, что распространение спорной рекламы в газете «Наша газета с программой телепередач» произошло в рамках Договора от 15.03.2017 №Н-17-1/2 на оказание рекламных услуг, заключенного между ООО «Новация» (Исполнитель) и КПК «Семейная копилка» (Заказчик, ИНН 0277915061). Согласно Приложению №3 от 05.11.2018 к вышеуказанному договору Исполнитель обязуется по заданию Заказчика осуществить рекламные услуги «Размещение рекламных материалов в газете «Наша Газета», г. Екатеринбург, ноябрь 2018 г.».

Представитель ООО «Новация» сообщила, что макет был утвержден и предоставлен Заказчиком - КПК «Семейная копилка».

ООО «Новация» указало, что не сверяло сведения о Заказчике в рекламе и в реквизитах договора, Заказчик за оказанные услуги не расплатился.

Рассмотрев имеющиеся в деле материалы, заслушав участвующее в деле лицо, Комиссия приходит к следующим выводам.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 Закона о рекламе).

Под информацией в ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее - Закон об информации) понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п.1), а под распространением информации - действия, направленные на

получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9).

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Закона об информации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст. 3 Закона о рекламе понимается 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 (п. 1); под **объектом 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 (п.2); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Материалами дела установлено, что в газете «Наша газета с программой телепередач» №45 (1176) от 15.11.2018 на странице 12 распространена информация следующего содержания:

НАША ГАЗЕТА № 45 (1176) 15 ноября 2018 г.

Поздравляем с Днем матери!
Только с 21 по 23 ноября
ПРОГРАММА «ПРАЗДНИЧНАЯ» 20% годовых

С заботой о благосостоянии людей

Эффективное приумножение и надежное сохранение капитала – непростая задача. Но Потребительский кооператив «Семейная копилка» успешно справляется с ней на протяжении четырех лет.

Потребительский кооператив «Семейная копилка» – это основанное на членстве добровольное объединение граждан или граждан и юридических лиц в целях удовлетворения их материальных и иных потребностей, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов, для улучшения материального состояния его членов. Сейчас представительства компании успешно работают в 8 крупных городах России.

Гарантом надежности ПК выступает страховое партнером ПК «Семейная копилка» является ООО СК «Орбита».

Чтобы деньги приносили приятные проценты и стабильный доход для пайщиков, ПК направляет их в прибыльные виды деятельности.

Во-первых, это юридические консультации по займам на приобретение готового жилья или на строительство с использованием материнского капитала. Вторым направлением является деятельность Ломбардов и Ювелирных магазинов «Талисман». Еще одно успешное направление бизнеса – спортивный клуб «Барс».

Успешная финансовая деятельность ПК «Семейная копилка» на благо пайщиков – не единственное достижение кооператива. ПК «Семейная копилка» является социально ответственной организацией и оказывает помощь Благотворительному фонду «Здоровье и Будущее детей». Одним из последних дел в этом направлении была помощь новорожденному ребенку и его семье в борьбе с опасным вирусом. Благодаря своевременной финансовой поддержке мальчик получил нужные лекарства и сейчас растет здоровым ребенком.

Если вы ищете надежную компанию для сохранения и приумножения своих сбережений, Потребительский кооператив «Семейная копилка» будет отличным выбором для вас!

г. Екатеринбург, ул. Видулова, 33/1 ☎ (343) 361-15-34 🌐 www.kopilkapk.ru

Потребительский кооператив «Семейная копилка», ОГРН 1145858339155, ИНН 5610165788. Услуга предоставляется пайщикам кооператива. Программа «Праздничная». Инвестиции под 20 % годовых сроком на 12 месяцев. Минимальная вносимая сумма – 50 000 рублей. Максимальная вносимая сумма 1 500 000 рублей. Проценты по займу начисляются ежемесячно. Предусмотрены капитализация или ежемесячное снятие процентов на выбор. Частичное снятие денежных средств не предусмотрено. Существует возможность погашения от 15 000 рублей. Проценты выплачиваются инвестору в конце срока действия договора. При досрочном расторжении договора проценты пересчитываются по ставке 1 % годовых за фактический период действия договора. Только с 21.11.2018 г. по 23.11.2018 г. всем пайщикам, оформившимся по программе «Праздничная», дарим подарки! Членство в ПК «Семейная копилка» позволяет дополнительно расходовать для пайщиков кооператива. Паевой взнос 100 рублей, вступительный взнос 20 рублей, членский взнос 20 рублей в месяц. Налог на доходы физических лиц взимается в полном установленном НК РФ. Подробности об организаторе акции, о правилах ее проведения, количестве подарков, сроках, месте и порядке их получения на сайте www.kopilkapk.ru, по телефону (343) 361-15-34, г. Екатеринбург, ул. Видулова, д. 33/1, 2018 год.

«Поздравляем с Днем матери! Только с 21 по 23 ноября программа «Праздничная» 20% годовых. Семейная копилка. С заботой о благосостоянии людей. Эффективное приумножение и надежное сохранение капитала – непростая задача. Но Потребительский кооператив «Семейная копилка» успешно справляется с ней на протяжении четырех лет.

Потребительский кооператив «Семейная копилка» - это основанное на членстве добровольное объединение граждан или граждан и юридических лиц в целях удовлетворения их материальных и иных потребностей, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов, для улучшения материального состояния его членов. Сейчас представительства компании успешно работают в 8 крупных городах России.

Гарантом надежности ПК выступает страховое партнером ПК «Семейная копилка» является ООО «СК «Орбита».

Чтобы деньги приносили приятные проценты и стабильный доход для пайщиков, ПК направляет их в прибыльные виды деятельности.

Во-первых, это юридические консультации по займам на приобретение готового жилья или на строительство с использованием материнского капитала. Вторым направлением является деятельность Ломбардов и Ювелирных магазинов «Талисман». Еще одно успешное направление бизнеса – спортивный клуб «Барс».

Успешная финансовая деятельность ПК «Семейная копилка» на благо пайщиков – не единственное достижение кооператива. ПК «Семейная копилка» является социально ответственной организацией и оказывает помощь благотворительному фонду «Здоровье и Будущее детей». Одним из последних дел в этом направлении была помощь новорожденному ребенку и его семье в борьбе с опасным вирусом. Благодаря своевременной финансовой поддержке мальчик получил нужные лекарства и сейчас растет здоровым ребенком.

Если вы ищете надежную компанию для сохранения и приумножения своих сбережений, Потребительский кооператив «Семейная копилка» будет отличным выбором для вас!

г. Екатеринбург, ул. Викулова, 33/1. (343) 361-15-34. www.kopilkapk.ru

Потребительский кооператив «Семейная копилка». ОГРН 1145658339155. ИНН 5610165789. Услуга предоставляется пайщикам кооператива. Программа «Праздничная». **Инвестиции под 20% годовых сроком на 12 месяцев. Минимальная вносимая сумма – 50 000 рублей. Максимальная вносимая сумма – 1 500 000 рублей. Проценты по займу начисляются ежемесячно.** Предусмотрена капитализация или ежемесячное снятие процентов на выбор. Частичное снятие денежных средств не предусмотрено. Существует возможность пополнения от 15 000 рублей. **Проценты выплачиваются инвестору** в конце срока действия договора. При досрочном расторжении договора проценты пересчитываются по ставке 1% годовых за фактический период действия договора. Только с 21.11.2018 по 23.11.2018 всем пайщикам, оформившимся по программе «Праздничная» дарим подарки. Членство в ПК «Семейная копилка» повлечет дополнительные расходы для пайщиков кооператива. Паевой взнос 180 рублей, вступительный взнос 20 рублей, взнос в резервный фонд 20 рублей, членский взнос 20 рублей в месяц. Налог на доход физических лиц взимается в порядке, установленном НК РФ. **Подробности об организаторе акции, о правилах ее проведения, количестве подарков, роках, месте и порядке их получения на сайте www.kopilkapk.ru, по телефону (343) 361-15-34. г. Екатеринбург, ул. Викулова, 33/1. 2018 год».**

Данная информация является рекламой финансовых услуг ПК «Семейная копилка» по приему денежных средств во вклады.

В соответствии с п.2 ст.4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон 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.

Согласно п.6 ст.4 Закона о защите конкуренции финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, **кредитный потребительский кооператив**, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

По договору займа одна сторона (займодавец) передает в собственность другой стороне (заемщику) деньги или другие вещи, определенные родовыми признаками, а заемщик обязуется возвратить займодавцу такую же сумму денег (сумму займа) или равное количество других полученных им вещей того же рода и качества (статья 807 Гражданского кодекса Российской Федерации).

Согласно части 1 статьи 809 Гражданского кодекса Российской Федерации, если иное не предусмотрено законом или договором займа, займодавец имеет право на получение с заемщика процентов на сумму займа в размерах и в порядке, определенных договором. При отсутствии в договоре условия о размере процентов их размер определяется существующей в месте жительства займодавца, а если займодавцем является юридическое лицо, в месте его нахождения ставкой банковского процента (ставкой рефинансирования) на день уплаты заемщиком суммы долга или его соответствующей части.

На основании вышеизложенного, займ является финансовой услугой.

Порядок деятельности финансовых организаций установлен Федеральным законом от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности», Федеральным законом от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах», Федеральным законом от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» (далее - Закон о кредитной кооперации), Федеральным законом от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях», Федеральным законом от 08.12.1995 № 19Э-ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации», Федеральным законом от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг».

В рассматриваемом случае реклама ПК «Семейная копилка» направлена на продвижение предлагаемой услуги - привлечения заемных средств, поименованного в рекламе «*инвестиции*», содержит некоторые условия привлечения (ставка, диапазон сумм, срок).

Согласно статье 36 Федерального закона от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» *вклад* – это денежные средства в валюте Российской Федерации или иностранной валюте, размещаемые физическими лицами в целях хранения и получения дохода. Доход по вкладу выплачивается в денежной форме в виде процентов. Вклад возвращается вкладчику по его первому требованию в порядке, предусмотренном для вклада данного вида федеральным законом и соответствующим договором. Вклады принимаются только банками, имеющими такое право в соответствии с лицензией, выдаваемой Банком России, участвующими в системе обязательного страхования вкладов в банках и состоящими на учете в организации, осуществляющей функции по обязательному страхованию вкладов.

Закон РФ от 19.06.1992 №3085-1 «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» (далее - Закон о потребительской кооперации) определяет правовые, экономические и социальные основы создания и деятельности потребительских обществ и их союзов, составляющих потребительскую кооперацию Российской Федерации.

Согласно ст. 1 Закона о потребительской кооперации, *потребительское общество* - это добровольное объединение граждан и (или) юридических лиц, создается, как правило, по территориальному признаку, на основе членства путем объединения его членами имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов.

При этом согласно преамбуле данного закона, целями и задачами потребительской кооперации в Российской Федерации являются:

–создание и развитие организаций торговли для обеспечения членов потребительских обществ товарами;

- закупка у граждан и юридических лиц сельскохозяйственной продукции и сырья, изделий и продукции личных подсобных хозяйств и промыслов, дикорастущих плодов, ягод и грибов, лекарственно-технического сырья с последующей их переработкой и реализацией;
- производство пищевых продуктов и непродовольственных товаров с последующей их реализацией через организации розничной торговли;
- оказание членам потребительских обществ производственных и бытовых услуг;
- пропаганда кооперативных идей, основанных на международных принципах кооперации, доведение их до каждого пайщика всех потребительских обществ, в том числе через средства массовой информации.

Абз. 20 ст. 1 Закона о потребительской кооперации участие в хозяйственной деятельности потребительского общества определено как приобретение товаров в потребительском обществе, пользование услугами потребительского общества, поставки сельскохозяйственной продукции и сырья потребителю общества и (или) иное участие в хозяйственных операциях в качестве потребителя или поставщика.

Таким образом, **основная цель деятельности потребительских кооперативов** носит узкокорпоративный характер, то есть деятельность осуществляется в интересах только членов данного объединения в рамках целей и задач, определенных данным законом и **не предполагает размещения денежных средств под проценты.**

Данный вывод основан на судебной практике, в частности, отражен в Постановлении Двадцатого арбитражного апелляционного суда от 18.04.2019 по делу №А23-6436/2018.

Содержание рекламы может создавать у потребителей впечатление, что объектом рекламирования выступают финансовые услуги по приему денежных средств во вклады.

При этом кооператив не является кредитной организацией и не вправе оказывать финансовые услуги, принимать денежные средства и сбережения во вклады.

Реклама направлена на сознательное введение потребителей в заблуждение, а именно на создание впечатления принадлежности ПК «Семейная копилка» к числу кредитных кооперативов, поскольку имеет место утверждение о «страховании ответственности кооператива», которое предусмотрено ст.6 Закона о кредитной кооперации, хотя ***ПК «Семейная копилка» не является кредитным кооперативом.***

В целях снижения рисков, обеспечения финансовой устойчивости кредитного кооператива и защиты интересов своих членов (пайщиков) кредитный кооператив вправе страховать свои имущественные интересы в страховых организациях и (или) обществах взаимного страхования (ч.7 ст.6 Закона о кредитной кооперации).

Кредитный кооператив вправе страховать риск утраты (гибели), недостачи или повреждения имущества кредитного кооператива, а также риск ответственности кредитного кооператива за нарушение договоров, на основании которых привлекаются денежные средства членов кредитного кооператива (пайщиков) (ч.8 ст.6 Закона о кредитной кооперации).

При привлечении средств члена кредитного кооператива (пайщика) кредитный кооператив обязан предоставлять ему информацию о страховании риска ответственности кредитного кооператива за нарушение договора, на основании которого привлекаются денежные средства члена кредитного кооператива (пайщика) (ч.9 ст.6 Закона о кредитной кооперации).

Таким образом, реклама направлена на привлечение внимания потенциальных потребителей к финансовой услуге, которую вправе оказывать финансовая организация – кредитный потребительский кооператив.

ПК «Семейная копилка» не является кредитной организацией (кредитным кооперативом) и не вправе оказывать финансовые услуги, принимать денежные

средства и сбережения во вклады, при этом вводит в заблуждение потребителей рекламы путем создания впечатления о принадлежности данного кооператива к числу кредитных кооперативов, имеющих право страховать риск утраты (гибели), недостачи или повреждения имущества кредитного кооператива, а также риск ответственности кредитного кооператива за нарушение договоров, на основании которых привлекаются денежные средства членов кредитного кооператива (пайщиков), установленное ч. 8 ст. 6 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации».

Согласно выписке из ЕГРЮЛ (<https://egrul.nalog.ru>) ПК «Семейная копилка» (ИНН 0277915061), прекратило деятельность юридического лица путем реорганизации в форме присоединения 06.11.2018. Правопреемником является ПК «Семейная копилка» (ИНН 5610165789).

Согласно ч.14 ст.28 Закона о рекламе если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается.

Финансовая деятельность по привлечению денежных средств во вклады подлежит лицензированию, при этом, ПК «Семейная копилка» соответствующей лицензии не имеет, в государственные реестры субъектов микрофинансирования, в частности, в Государственный реестр кредитных потребительских кооперативов, публично размещенных на официальном сайте Банка России в сети Интернет (www.cbr.ru), не было включено ни ПК «Семейная копилка» (ИНН 0277915061, до прекращения деятельности юридического лица путем реорганизации в форме присоединения 06.11.2018), заключившее договор с ООО «Новация» под видом КПК «Семейная копилка», ни его правопреемник ПК «Семейная копилка» (ИНН 5610165789).

Согласно п.7 ст.7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение **лицензий** или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

При этом, ответственность за нарушение требований п.7 ст.7 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламодателем.

Рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п.7 ст. 3 Закона о рекламе).

Между тем, ч.14 ст.28 Закона о рекламе является специальной по отношению к п.7 ст.7 указанного закона, в связи с чем, применению в данном случае не подлежит.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 14 ст. 28 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч.6 ст.38 Закона о рекламе).

Рекламодателем – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст. 3 Закона о рекламе).

Материалами дела установлено, что рекламодателем является ПК «Семейная копилка» (ИНН 5610165789), являющееся правопреемником ПК «Семейная копилка» (ИНН 0277915061 - Заказчик), заключившего Договор от 15.03.2017 №Н-17-1/2 на оказание рекламных услуг с ООО «Новация» (Исполнитель), согласно Приложению №3 от 05.11.2018 к которому Исполнитель обязуется по заданию Заказчика осуществить рекламные услуги «Размещение рекламных материалов в газете «Наша Газета», г. Екатеринбург, ноябрь 2018 г.». Именно ПК «Семейная копилка» (ИНН 0277915061 - Заказчик) утвердило макет рекламы, что подтверждается представленной ООО «Новация» в материалы дела электронной перепиской от 13.11.2018 с адреса Заказчика arapovakpk@mail.ru (адрес указан

в п.2.5.1. договора от 15.03.2017 №Н-17-1/2) на адрес сотрудника ООО «Новация» manager@bbq-group.ru.

Согласно ч.2 ст.58 ГК РФ при присоединении юридического лица к другому юридическому лицу к последнему переходят права и обязанности присоединенного юридического лица.

В соответствии с ч. 4 ст. 2.10 КоАП РФ при присоединении юридического лица к другому юридическому лицу к административной ответственности за совершение административного правонарушения привлекается присоединившее юридическое лицо.

Резолютивная часть согласно пп. «г» п. 42 Правил № 508 решения должна содержать сведения о выдаче предписания (предписаний) с указанием лица (лиц), которому оно выдается.

В материалах дела имеется Приложение №3 от 14.09.2018 к агентскому договору №СМ-06168 от 06.08.2018, заключенного между ИП <...> (Принципал) и ООО «Новация» (Агент), согласно которому принципал поручает агенту осуществить поиск заказчика на размещение рекламных материалов «ПК «Семейная копилка» в газете «Наша газета» №45, 15.11.2018». Заявитель сообщил, что спорная реклама помимо публикации в в указанном номере газеты не выявлялась.

Таким образом, необходимость в выдаче предписания о прекращении распространения ненадлежащей рекламы отсутствует.

В соответствии с п. 7 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), предусмотрена административная ответственность.

В резолютивной части решения Комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40 -3.45 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30).

Согласно п. 43 Правил рассмотрения дел, дата изготовления решения в полном объеме считается датой принятия решения.

Юридические лица, согласно ч. 1 ст. 2.10 КоАП РФ, подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями особенной части КоАП РФ, а частью 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

В соответствии с п.п. 1 и 2 ст. 25.4 КоАП РФ защиту прав и законных интересов юридического лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, или юридического лица, являющегося потерпевшим, осуществляют его законные представители, которыми могут являться его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение.

В соответствии с ч. 3 ст. 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено, допускается привлечение к административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц (п. 15 Постановления Пленума ВС РФ от 24.03.2005 № 5).

В соответствии с п. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 25.15 КоАП РФ лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

На основании изложенного, руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с п. п. 37 - 43 Правил рассмотрения дел, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу финансовых услуг ПК «Семейная копилка» о привлечении денежных средств во вклады, размещенную в газете «Наша газета с программой телепередач» №45 (1176) от 15.11.2018 на странице 12, ненадлежащей, нарушающей требования ч. 14 ст. 28 Закона о рекламе, поскольку ПК «Семейная копилка» не имеет соответствующей лицензии, в Государственный реестр кредитных потребительских кооперативов (www.cbr.ru) не включено.

2. Предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы не выдавать.

3. Рассмотрение дела в отношении ООО «Город 66» прекратить.

3. Законному представителю ПК «Семейная копилка» (ОГРН 1145658339155, ИНН 5610165789, 460024, Оренбургская область, г. Оренбург, ул. Чкалова, 2, kred@kopilkapk.ru) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская,

11, каб. 220) **07 октября 2019 г. в 10 час. 00 мин.** для составления в отношении *юридического лица* протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение.

4. **Председателю совета ПК «Семейная копилка» (ИНН 5610165789) <...>** надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **07 октября 2019 г. в 10 час. 30 мин.** для составления в отношении *должностного лица* протокола об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение, а также представить письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения, **либо** обеспечить ознакомление с данным Решением и явку того должностного лица», которое было ответственно за соответствие рассматриваемой рекламы законодательству РФ о рекламе, а также в срок **до 03.10.2019** представить в Свердловское УФАС России следующие документы (их надлежаще заверенные копии) в отношении председателя совета ПК «Семейная копилка» (ИНН 5610165789) <...> (иного должностного лица общества, ответственного за выявленное правонарушение):

- паспорт (разворот первой и второй страниц и страницы с пропиской);
- приказ о назначении на должность;
- должностную инструкцию с отметкой об ознакомлении;
- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения;
- доказательства ознакомления с данным Решением ответственного должностного лица.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол). В случае неявки в указанный срок лица, ответственного за совершение административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, протокол об административном правонарушении будет составлен в отношении председателя совета ПК «Семейная копилка» (ИНН 5610165789) <...>.

*Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных **законодательством** о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей (ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях).*

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

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>