

## **РЕШЕНИЕ**

по делу №03-33/15Р по признакам нарушения законодательства о рекламе

г. Якутск  
2015 г.

резюлютивная часть оглашена «20» ноября

изготовлено в полном объеме «03» декабря 2015 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в составе:

Кузьмин А.Д. – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия), председатель Комиссии;

Егорова Л.П. – главный государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия), член Комиссии;

Иванова В.А. – ведущий специалист-эксперт отдела естественных монополий и

рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия), член Комиссии.

При участии лиц, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ПАО «Бинбанк» 121471, г.Москва, ул.Гродненская, д. 5а; 109004, г.Москва, Известковый переулок, д.3 – представитель по доверенности №25/Н-15-173-3 от 16.10.2015 г. Уварова М.В.;

- АО «Рост Банк» 111141, г.Москва, Зеленый проспект, д.13 - представитель по доверенности №260/Н-15-70-1 от 16.10.2015 г. Уварова М.В.

- ИП Киприянов А.В., 677000, г. Якутск, ул. Губина, 25/1 - представитель по доверенности от 09.11.2015 г. Вавилова А.Б.;

Рассмотрев дело, возбужденное по факту распространения с 07.07.2015 г. на территории г.Якутска рекламы банковского продукта (вклад «Хит сезона»), реализуемого АО «Рост Банк» (далее – Банк) с указанием процентной ставки 13% годовых, а также с 02.06.2015 г. рекламы ПАО «Бинбанк» с указанием информации в превосходной степени «Лучший банк по версии «banki.ru», с использованием рекламной конструкции (типа билборд), установленной возле здания филиала ОАО «Рост Банк», расположенного по адресу г.Якутск, ул. Орджоникидзе, дом 46/1, с признаками нарушения пункта 4 части 2, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г.,

у с т а н о в и л а:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе 21.09.2015 г. отслежено распространение с 07.07.2015 г. на территории г.Якутска рекламы банковского продукта (вклад «Хит сезона»), реализуемого АО «Рост Банк» (далее – Банк) с указанием процентной ставки 13% годовых, а также с 02.06.2015 г. рекламы ПАО «Бинбанк» с указанием информации в превосходной степени «Лучший банк по версии «banki.ru», с использованием рекламной конструкции (типа билборд), установленной возле здания филиала АО «Рост Банк», расположенного по адресу г.Якутск, ул. Орджоникидзе, дом 46/1, с признаками нарушения пункта 4 части 2, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

30.09.2015 г. Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) по факту распространения рассматриваемой рекламы возбуждено производство по делу №03-33/15Р по признакам нарушения законодательства о рекламе.

В ходе рассмотрения дела по существу представитель АО «Рост Банк» по доверенности Уварова М.В. пояснила, что согласно Соглашению о сотрудничестве, взаимной маркетинговой поддержке и порядке использования совместного логотипа, заключенного между ПАО «Бинбанк» и АО «Рост Банк», стороны осуществляют взаимодействие при разработке и согласовании рекламы услуг ПАО «Бинбанк» и АО «Рост Банк», при этом непосредственным

рекламодателем признается та сторона, чья банковская услуга рекламируется, в данном случае вклад «Хит сезона», как сообщает Уварова М.В., является банковским продуктом АО «Рост Банк». Со слов представителя АО «Рост Банк» макеты рекламы в готовом виде переданы АО «Рост Банк» рекламопроизводителю ИП Киприянову А.В и не подлежали изменению.

Уварова М.В. пояснила, что рассматриваемая реклама не нарушает требований законодательства о рекламе, восприятие существенных условий по вкладу «Хит сезона» возможно и со значительного расстояния, так как доступ для пешеходов к рекламе ни чем не ограничен и не затруднен, рекламная конструкция установлена возле проезжей части.

Также Уварова М.В. сообщила, что с 01.06.2015 г. по настоящее время действует приказ АО «Рост Банк», согласно которому срок вклада на 91 день составляет от 13% до 13,5% , о чем было указано в рекламе в нижней части рекламного поля мелким шрифтом.

По обстоятельствам размещения в рекламе выражения «Лучший банк 2014 по версии banki.ru» Уварова М.В. пояснила, что ПАО «Бинбанк» 16.02.2015 г. вручен сертификат о победе в номинации «Банк года – 2014» по результатам ежегодной профессиональной премии «Банк года», ПАО «Бинбанк» был выбран победителем по следующие критериям: значительно расширение банка за счет приобретения других кредитных организаций, участие в санации банков группы РОСТ, увеличение активов и расширение географии присутствия банка. Уварова М.В. считает, что использованные в рекламе сведения достоверны, ПАО «Бинбанк» действительно является лучшим банком по версии информационного портала «banki.ru», следовательно, указанная использованное выражение не является актом недобросовестной конкуренции.

На вопрос Комиссии, кто является владельцем рекламной конструкции, на которой установлена рассматриваемая реклама, Уварова М.В. сообщила, что на данный момент ООО «Агентство недвижимости «Гермес Эстейт» - арендодатель помещений, занимаемых офисом АО «Рост Банк» в г.Якутске, занимается вопросом оформления правоустанавливающих документов на эксплуатацию рекламной конструкции. Размещение рассматриваемой рекламы осуществлялось с согласия ООО «Агентство недвижимости «Гермес Эстейт» с 02.06.2015 г., земельный участок, на котором установлена рекламная конструкция принадлежит ООО «Агентство недвижимости «Гермес Эстейт».

Представитель ИП Киприянова А.В. по доверенности Вавилова А.Б. пояснила, что заказчик АО «Рост Банк» передал готовый макет рекламы, изменения рекламопроизводителем ни по содержанию, ни по дизайну не вносились, ИП Киприяновым А.В. осуществлялись печать и монтажные/демонтажные работы. Также Вавилова А.Б. сообщила, что монтаж баннера в том виде, в котором рассматривается в данном деле, т.е. с информацией об условиях вклада «Хит сезона», был осуществлен на сторону Б рекламной конструкции 07.07.2015 г., до этого была установлена другая реклама без указания процентной ставки и текста в нижней части рекламного поля.

ООО Агентство недвижимости «Гермес Эстейт» письмом от 19.11.2015 г. №88 сообщило, что документы на эксплуатацию рассматриваемой рекламной конструкции оформляются в органе местного самоуправления, земельный участок,

на котором расположена конструкция, принадлежит ООО Агентство недвижимости «Гермес Эстейт» на основании договора аренды земельного участка №09-1/2012-0229 от 11.03.2012 г. Распространение рекламы осуществлялось на основании договора аренды здания, заключенного с АО «Рост Банк» от 23.04.2014 г. №14/04-1.

Заслушав объяснения лиц, участвующих в деле, изучив имеющиеся в материалах дела документы, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой признается 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 продвижению на рынке; объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Рассматриваемая реклама распространяется с использованием рекламной конструкции (типа билборд). На стороне Б рекламной конструкции в правой части на 50% рекламного поля используется изображение мужчины, справа от него имеется текст: «Вклад 13%. ул.Орджоникидзе, д.46/1». На второй половине рекламного поля слева содержится следующая информация: «Рост Банк. Бинбанк. Сильнее вместе. Надежный вклад. Нешуточный процент. rostbank.ru 8 4112 42 51 25. ул.Орджоникидзе, д.46/1». Вдоль нижнего края на 10% рекламного поля приведен текст, исполненный мелким нечитабельным шрифтом.

На стороне А рекламной конструкции, в левой части на 50% рекламного поля содержится следующая информация: «Рост Банк. Бинбанк. Сильнее вместе. Открой новые возможности в лучшем банке. rostbank.ru /8 800 250 8888. По итогам 2014 года портал banki.ru.» Ниже указанного текста приведена информация, исполненная более мелким шрифтом: «По итогам 2014 года портал banki.ru признал ПАО «Бинбанк» лучшим банком года. Рекламодатель – ОАО «Рост Банк». В правой части рекламного поля используется образ мужчины в костюме и приведен текст следующего содержания: «Лучший банк 2014 по версии banki.ru. rostbank.ru».

Антимонопольным органом 30.09.2015 г. было возбуждено дело по факту распространения рекламы банковского продукта (вклад «Хит сезона»), реализуемого ПАО «Бинбанк» с указанием процентной ставки 13% годовых, а также рекламы ПАО «Бинбанк» с указанием информации в превосходной степени «Лучший банк по версии «banki.ru», поскольку из содержания рекламы конкретно определить каким Банком реализуется рекламируемый вклад «Хит сезона» было затруднительно в связи с тем, что логотипы АО «Рост Банк» и ПАО «Бинбанк» исполнены в одном размерном ряде, без выделения наименования того или иного Банка относительно рекламируемого вклада и указанной процентной ставки по вкладу, что привело к искажению информации по продавцу товара, реализующему указанный вклад. А используемое на стороне А рассматриваемой рекламной конструкции выражение в превосходной степени о признании ПАО «Бинбанк»: «Лучший банк по версии «banki.ru», указывало на взаимосвязь между рекламируемым вкладом «Хит сезона» и данной информацией, исполненной в

превосходной степени.

Материалами дела установлено, что на момент рассмотрения дела, а именно октябрь 2015 г., в АО «Рост Банк» и ПАО «Бинбанк» проводились организационные мероприятия по реорганизации и слиянии АО «Рост Банк» и ПАО «Бинбанк».

В ходе рассмотрения дела письменными пояснениями АО «Рост Банк», ПАО «Бинбанк» установлено, что рекламируемый вклад «Хит сезона» является банковским продуктом АО «Рост Банк».

Реклама банковского продукта (вклада «Хит сезона»), реализуемого АО «Рост Банк», ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор рекламируемой банковской услуги с привлекательной процентной ставкой 13% годовых. Рассматриваемая реклама, несомненно, побуждает интерес потребителей рекламы совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно вступить в конкретные правоотношения с Банком заключив договор вклада на определенных в рекламе условиях со ставкой 13% годовых и способствует его продвижению на рынке. Таким образом, рассматриваемая информация отвечает всем признакам рекламы.

Размещение рекламоносителя на значительном расстоянии от земли (более 4 метров) и проезжей части не позволяет потребителю прочесть информацию, написанную в данной рекламе мелким шрифтом; несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации о рекламируемом вкладе, а именно крупно указанной процентной ставке, читаемой на значительном расстоянии, форма предоставления остальных условий рекламируемых услуг такова, что они потребителями не воспринимаются и фактически в рекламе отсутствуют, что приводит к введению в заблуждение потребителей рекламы.

Используемый в рекламе крупный шрифт, которым выполнено условие вклада – процентная ставка «вклад 13%», наименование финансовой организации, номера телефонов и адрес Банка, значительно превышает размер мелкого шрифта. Изложенный крупным шрифтом текст «Бинбанк. Рост Банк. Надежный вклад. Нешуточный процент. 8 4112 42 51 25. Ул.Орджоникидзе, д.46/1» воспринимается и уясняется на значительном расстоянии, в то время как иные существенные условия рекламируемых финансовых услуг затруднительны для прочтения, потребителем не воспринимаются, а равно отсутствуют.

В соответствии с разъяснениями Федеральной антимонопольной службы от 29.11.2010 N АК/41963 при оценке рекламы следует учитывать совокупность таких особенностей размещения рекламы, как: фактический размер шрифта, которым написаны существенные условия оказания услуги по сравнению с шрифтом основной привлекательной информации об услуге, высоту расположения текста, месторасположение возле проезжей части дороги, ограниченное время считывания информации для потребителей, являющимися участниками дорожного движения. На возможность восприятия информации могут также влиять иные факторы, ухудшающие восприятие объектов зрения: изменение освещенности, цвета надписи или фона, снижающих контраст, угла зрения.

Рассматриваемая рекламная конструкция установлена вблизи от проезжей части с использованием рекламной конструкции высотой более 4 метров, для водителей

и пассажиров движущего транспорта, с учетом времени считывания рекламной информации ограничено следовательно, информация, нанесенная на рекламной конструкции мелким шрифтом, также недоступна для их восприятия. Таким образом, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

Учитывая совокупность указанных выше факторов, Комиссия приходит к выводу, что в сочетании с характером и особенностями размещения рекламы (иные существенные условия исполнены мелким шрифтом), не позволяет потребителю понять и уяснить с равной степенью концентрации внимания всю совокупность изложенной в рекламе информации.

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или пользования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских услуг 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 рекламе вклада «Хит сезона» АО «Рост Банк» информация об иных существенных условиях банковского продукта, а именно сумма, срок вклада, максимальная процентная ставка размещены значительно мелким шрифтом относительно указанной минимальной процентной ставки по вкладу 13%, исполненной доступным для восприятия на значительном расстоянии крупным шрифтом.

Способ (дизайн), шрифт и площадь (на нижней части рекламного поля), размещения иной существенной информации, а также место установки рекламной конструкции (возле проезжей части дороги), а также соотносимость размера, света шрифта с фоном рекламного поля, зрительное акцентирование внимания на цифре 13%, изображенной крупными жирными цифрами на ярко синем фоне, делает мелкий текст с иными существенными условиями, практически недоступным для восприятия на значительном расстоянии. Данное обстоятельство не позволяет прочесть (воспринять) в полном объеме участниками дорожного движения, проезжающими на автотранспортных средствах информации, указанной в рекламе мелким шрифтом.

Согласно позиции ФАС России, изложенной в [письме](#) ФАС России от 13.08.2010 №АК/26483 "Об усилении контроля за рекламой финансовых услуг", в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В том случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способны обмануть их ожидания, сформированные рекламой, отображаются (представлены) в рекламе мелким шрифтом, нечитаемом обычным

способом, а его восприятие зрением ограничено, то следует считать, что текстовая информация, размещенная с использованием мелкого шрифта недоступна для восприятия, следовательно, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие (с учетом размера рекламной конструкции и шрифта текста рекламы, а также его местоположения), свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Согласно части 1 статьи 422 Гражданского кодекса РФ договор должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным законом и иными правовыми актами (императивным нормам), действующим в момент его заключения.

Статья 432 ГК РФ относит к существенным условиям предмет договора, а также условия, которые являются существенными или необходимыми для договора данного вида согласно законам или иным нормативным актам.

Материалами дела установлено, что условия вклада «Хит сезона» ПАО «Бинбанк» запущен приказом №527 от 29.05.2015 г. действует с 01.06.2015 г. во всех регионах присутствия Банка. Согласно приложению №1 «Условия и тарифы для физических лиц вклад «Хит сезона» для офисов АО «Рост Банк» г.Москвы и Московской области, филиалов (за исключением филиала «Казанский» АО «Рост Банк» в г.Казани и его внутренних структурных подразделений) и региональных офисов ОАО «Рост Банк» к указанному приказу минимальная сумма вклада 50 000 рублей, максимальная сумма – 10 000 000 рублей, срок вклада – 31, 91, 181, 366 дней, процентная ставка установлена согласно следующей таблице:

Срок вклада в днях	Сумма вклада в рублях		
	от 50 000 до 299 999, 99	от 300 000 до 1 499 999	от 1 500 000 включительно
31	11,00	11,25	11,50
91	13,00	13,25	13,50
181	12,50	12,75	13,00
366	12,25	12,50	12,75

Также данным приложением установлено, что процентная ставка остается неизменной в течение срока действия договора вклада, выплата процентов осуществляется в конце срока действия договора вклада, при досрочном расторжении договора выплата процентов производится по ставке вклада «До востребования», действующей на дату расторжения договора, и т.д.

В [статье 30](#) Федерального закона от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» дан перечень условий, подлежащих включению в текст любого банковского договора, а именно: в договоре должны быть указаны процентные ставки по кредитам и вкладам (депозитам), стоимость банковских услуг и сроки их

выполнения, в том числе сроки обработки платежных документов, имущественная ответственность сторон за нарушения договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, а также порядок его расторжения и другие существенные условия договора. В случае если полная стоимость кредита не может быть определена до заключения кредитного договора с заемщиком - физическим лицом и до изменения условий кредитного договора, влекущего изменение полной стоимости кредита, поскольку кредитный договор предполагает различные размеры платежей указанного заемщика по кредиту в зависимости от его решения, то кредитная организация обязана довести до заемщика - физического лица информацию о полной стоимости кредита, определенной исходя из максимально возможных суммы кредита и срока кредитования.

Из толкования приведенной [нормы](#) права следует, что наряду с такой необходимой информацией, как процентные ставки по вкладу, законодатель, считает необходимой для потребителя информацию о стоимости банковских услуг и сроках их выполнения, в том числе сроках обработки платежных документов, сведения об имущественной ответственности сторон за нарушения договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, а также порядок его расторжения, страхование.

То обстоятельство, что в положениях Федерального закона «О рекламе» не указан размер шрифта текста, не свидетельствует о том, что размер шрифта на распространяемой рекламе может быть любым. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации. Данная реклама не должна вводить потребителя в заблуждение относительно условий предоставления и пользования данной кредитной программой.

При этом 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 статьи 5](#) Закона о рекламе).

Исходя из понятия рекламы, рассматриваемая реклама предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц (участников дорожного движения), среди которых могут быть не только пешеходы, но и водители и пассажиры транспортных средств, то с учетом существующей специфики движения на проезжей части, антимонопольный орган считает, что та информация, которая обязательна к указанию в силу закона о рекламе в рекламе банковского продукта, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств в избранном рекламодателем способе.

Следовательно, материалами дела установлено, в рекламе вклада «Хит сезона» распространенной с 07.07.2015 г. по настоящее время на территории г. Якутска, отсутствуют существенные условия, предусмотренные в [статье 30](#) Федерального закона «О банках и банковской деятельности», что указывает на нарушение требований части 7 статьи 5, части 2 пункта 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

На другой стороне рекламной конструкции, на левой стороне рекламного поля содержится следующая информация: «Рост Банк. Бинбанк. Сильнее вместе.



Открой новые возможности в лучшем банке. 8 800 250 8888. По итогам 2014 года портал banki.ru. ПАО «Бинбанк» признан лучшим банком года». Рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения требований пункта 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламе Банком использовано выражение в превосходной степени, которое может создавать у потребителей ожидания, не соответствующие реальным свойствам рекламируемого товара, а также неверное представление о том, что товар, реализуемый одним конкретным субъектом находит большее предпочтение у потребителей.

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускается.

Согласно пункта 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно пункта 9 статьи 4 [Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»](#) недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

В материалы дела АО «Рост Банк» представлены доказательства, а именно сертификат о победе в номинации «Банк года – 2014» по результатам ежегодной профессиональной премии «Банк года» от 16.02.2015 г.

Из информации, представленной на официальном портале «banki.ru» «Банк года», данная премия профессиональная ежегодная премия, учрежденная информационным порталом «banki.ru» с целью выбрать лучшие финансовые организации по итогам года, предоставить клиентам банков достоверную информацию. Критериями, по которым ПАО «Бинбанк» был выбран лучшим банком 2014 г. следующие: значительно расширение банка за счет приобретения других кредитных организаций, участие в санации банков группы РОСТ, увеличение активов и расширение географии присутствия банк.

Поскольку в материалы дела представлено доказательство получения ПАО «Бинбанк» номинации «Лучший банк 2014 г.», а также указания в рекламе источника такой информации, а именно портал «banki.ru», признаки нарушения пункта 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не установлены.

Таким образом, в рекламе вклада «Хит сезона» распространенной с 07.07.2015 г. по настоящее время на территории г. Якутска, отсутствуют существенные условия, предусмотренные в [статье 30](#) Федерального закона «О банках и банковской деятельности», что указывает на нарушение требований части 7 статьи 5, части 2 пункта 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащей рекламой

является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно части 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с [ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ](#) Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Материалами дела установлено, что рекламоделателем рекламы, а равно продавцом рекламируемого товара, выступает АО «Рост Банк». Данные обстоятельства по делу подтверждаются указанием в самом тексте рекламы, а также имеющимися в материалах дела письменными пояснениями АО «Рост Банк» №238-03-484 от 18.11.2015 г., ПАО «Бинбанк» №238-03-466 от 30.10.2015 г., ИП Киприянова А.В. от 19.11.2015 г., соглашением о сотрудничестве, взаимной маркетинговой поддержке и порядке использования совместного логотипа №Д15-2537 от 01.06.2015 г., договором №213 от 14.05.2015 г., заключенным с ИП Киприяновым А.В., актом №1477 от 02.06.2015 г.

Из представленных в материалы дела документов установлено, что рекламопроизводителем выступает ИП Киприянов А.В., договора №213 от 14.05.2015 г.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных [частями 2 - 8 статьи 5](#), [статьями 6 - 9](#), [частями 4 - 6 статьи 10](#), [статьей 12](#), [частью 3 статьи 19](#), [частями 2 и 6 статьи 20](#), [частями 1,3, 5 статьи 21](#), [статьями 24 и 25](#), [частями 1 и 6 статьи 26](#), [частями 1 и 5 статьи 27](#), [статьями 28 - 30.1](#) настоящего Федерального закона.

При этом, согласно части 8 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в [частях 6](#) настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Материалами дела подтверждается факт производства АО «Рост Банк» макета рекламы с нарушением требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», Банк признает, что определил содержание рекламы, данное обстоятельство по делу подтверждается письменными пояснениями АО «Рост Банк», ПАО «Бинбанк», ИП Киприянова А.В.

В материалах дела отсутствуют доказательства подтверждающие распространения рекламы вклада «Хит сезона» АО «Рост Банк», при таких обстоятельствах возникает необходимость выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

На основании вышеизложенного, руководствуясь частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28, пункта 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Комиссия

решила:

1. Признать рекламу вклада «Хит сезона», реализуемого АО «Рост Банк», распространенную с использованием с использованием рекламной конструкции (типа билборд), установленной возле здания филиала АО «Рост Банк», расположенного по адресу г. Якутск, ул. Орджоникидзе, дом 46/1, ненадлежащей, нарушающей статьи 28

2. Выдать АО «Рост Банк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3.

Решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение 3 месяцев со дня вынесения настоящего решения.

Председатель Комиссии

А.Д. Кузьмин

Члены Комиссии

Л.П. Егорова

В.А. Иванова