

РЕШЕНИЕ

по делу № 03-44/15Р по признакам нарушения законодательства о рекламе

г. Якутск
2015 г.

резюлютивная часть оглашена «11» ноября

изготовлено в полном объеме «19» ноября 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:

- «Восточный экспресс банк» (ПАО КБ «Восточный»), 675000, Амурская обл., г. Благовещенск, пер. Святителя Иннокентия, 1, представителя не направили надлежащим образом извещены, направлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя;

- . ООО «Региональная Медиа Группа», 107113, г. Москва, ул. Сокольнический вал, д. 2А, пом. 16, представителя не направили надлежащим образом извещены, направлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя;

- ООО «Медиа Продакшн», 105318, г. Москва, ул. Вельяминовская, д. 6, представителя не направили надлежащим образом извещены, направлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя;

- ИП Киприянов А.В., 677000, г. Якутск, ул. Губина, 25/1, явился представитель по доверенности от 20.10.2015 г. Вавилова А.Б.;

Рассмотрев дело №03-44/15Р, возбужденное по факту распространения на

территории г. Якутска рекламы банковского продукта «Восточный экспресс банк» (ПАО КБ «Восточный») с использованием рекламной конструкции, установленной на территории города Якутска по адресу ул. Автодорожная, 26 с признаками нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» № 38 от 13 марта 2006 г., по существу

у с т а н о в и л а:

23 сентября 2014 г. Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе на территории г. Якутска отслежено распространение рекламы банковского продукта ПАО КБ «Восточный» с использованием рекламной конструкции с Рекламная группа «Ректайм» типа билборда №106В установленного на ул. Автодорожная, 26 возле проезжей части дорог с признаками нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе, распространяемой с использованием рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Якутск, ул. Автодорожная, 26, сообщается следующее: крупным читабельным шрифтом: «Ставки колются? Наши - мягкие и пушистые! Кредит наличными 20% имеется изображение кактуса и котенка, данная информация размещена на $\frac{3}{4}$ площади рекламного поля, разделена на две части, в одной части на белом фоне исполненного в виде указателя, размещено изображение кактуса и имеется надпись: «Ставки колются?», в окрашенной в синий цвет части имеется надпись: «Наши – мягкие и пушистые! Большими крупными цифрами указана процентная ставка в размере 20, размещено изображение котенка. Надпись наименования банка «Восточный экспресс банк» размещен нижней части справа крупными буквами, при этом на нижней части рекламного поля слева имеется текст, восприятие которой не представляется возможным на значительном расстоянии в виду нанесения данного текста мелким шрифтом.

В рассматриваемой рекламе объектом рекламирования, выступают банковские услуги, предоставляемые ПАО КБ «Восточный», в частности банковский продукт: кредит «Наличные-Промо», данная информация адресована неопределенному кругу лиц, а именно участникам дорожного движения (пешеходам, пассажирам, водителям) ул. Автодорожной, кроме того.

В пунктах 1 - 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что реклама - это 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; объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, на привлечение внимания к которым направлена реклама; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

В ходе рассмотрения дела материалами дела установлено, что аналогичная по содержанию реклама, также распространялась с использованием иных рекламных конструкций ИП Киприянова А.В., установленных на территории г. Якутска по ул. Петровского, 8/1, Хабарова, 3, при этом, по ул. Можайского, 19 распространение идентичной по содержанию рекламы осуществлялось с использованием рекламной конструкции ООО «Нью Вижн», через РГ «Дизайн Мастер».

В ходе рассмотрения дела по существу, представитель индивидуального предпринимателя Киприянов А.В. по доверенности Вавилова А.Б., по обстоятельствам производства (печати), монтажа и распространения рекламы сообщила следующее. Между ООО «Медиа Продакшн» и ИП Киприянов А.В. заключен договор от 20.03.2015 г., на основании которого оказывались услуги по печати, монтажа и распространения рекламы ПАО КБ «Восточный», согласно приложению №5 от 19.06.2015 г., распространение ИП Киприяновым А.В. рекламы осуществлялось с 1 июля с использованием трех рекламных конструкций, установленных на территории г. Якутска.

Вавилова А.Б. уточнила, что уже готовый к распространению макет рекламы был представлен в электронном виде заказчиком, в содержание рекламы ИП Киприяновым А.В. не вносились, изменения и дополнения в дизайн не осуществлялось, распространение рекламы планировалось до конца июля 2015 г., при этом, в начале августа велись переговоры с заказчиком о продлении договорных отношений, в связи с чем, рассматриваемая реклама не была демонтирована своевременно и распространение рекламы осуществилось фактически до момента получения определения антимонопольного органа, т.е. до 14.10.2015 г., в настоящее время ИП Киприяновым А.В. реклама с рекламных конструкций демонтирована, доказательства демонтажа будут представлены позже.

На вопрос Комиссии, какая реклама должна была распространяться с августа ИП Киприяновым А.В. на рекламных конструкциях, представитель Вавилова А.Б. сообщила, что речь шла о продлении распространения этой рекламы.

По обстоятельствам производства, размещения и распространения, рассматриваемой рекламы в материалы дела ПАО КБ «Восточный», ООО «Региональная Медиа Группа» и ООО «Медиа Продакшн» представлены необходимые для принятия решения документы и письменные пояснения.

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

Реклама ПАО КБ «Восточный» ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор рекламируемой банковской услуги с привлекательной процентной ставкой 20% 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 кредита на определенных в рекламе условиях со ставкой 20% годовых и способствует его продвижению на рынке. Таким образом, рассматриваемая информация отвечает всем признакам рекламы.

При этом, в рекламе кредита «Наличные-промо», доступным для восприятия способом указывается только одно из условий рекламируемого банковского продукта, а именно привлекательная минимальная процентная ставка в размере 20% годовых, а иные существенные условия, влияющие на сумму расходов потребителя, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, определяющие фактическую стоимость рекламируемого кредита и влияющие на нее, формально присутствуют, но выполнены мелким, затрудняющим восприятие шрифтом, размещены на нижнем крае рекламного поля, цветовой фон рекламного поля, размер и цвет шрифта, а также избранный способ распространения рекламы возле проезжей части дороги, затрудняет восприятие данной информации со значительного расстояния лицами, для внимания которых она размещена, следовательно, форма предоставления остальных существенных условий договора рекламируемого кредита, такова, что потребители рекламы (пассажиры АТС и водители) не имеют возможности воспринять данные условия, следовательно, иные существенные условия кредита в рекламе отсутствуют.

Согласно норме закона при указании в рекламе финансовых услуг одного из условий, влияющих на доходы или расходы потребителя, необходимо указание всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость вклада или кредита для потребителя (заемщика) и влияющие на нее.

К условиям, влияющим на стоимость кредита, 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.).

Вместе с тем рекламодатель не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, которые понесет заемщик, воспользовавшись рекламируемой банковской услугой. Достаточно перечисления таких расходов.

В то же время к информации, определяющей фактическую стоимость кредита, не может быть отнесена информация о неблагоприятных последствиях нарушения договора на оказание финансовых услуг, которые может понести заемщик при неисполнении обязательства, поскольку указанные последствия не могут быть определены рекламодателем до возникновения факта нарушения соответствующих условий договора.

В рассматриваемой рекламе присутствует одно из существенных условий, влияющее на стоимость рекламируемого кредита наличными, а именно процентная ставка в размере 20%, при этом, иные существенные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, как максимальная процентная ставка, сумма и срок кредита в рекламе нанесены мелким шрифтом, что затрудняет их восприятие поскольку, размещение рекламы на рекламной конструкции типа билборд, установленной на обочине дороги, высота которой составляет более 4 метров, для водителей и пассажиров движущего транспорта, с учетом времени считывания рекламной информации ограничено и, следовательно, информация, нанесенная на баннере мелким шрифтом, также недоступна для их восприятия, то такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение

потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

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 получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В рекламе кредита «Наличные-Промо» ПАО КБ «Восточный», информация об иных существенных условиях банковского продукта, а именно сумма (минимальная 25 000 рублей и максимальная 50 000 рублей), срок кредита (от 12-36 месяцев), максимальная процентная ставка от 20-20,17%, условия действительны на 01.06.2015 г. размещены значительно мелким шрифтом относительно, указанной минимальной процентной ставки по кредиту - 20%, указанной доступным для восприятия на значительном расстоянии крупным шрифтом.

Способ (дизайн), шрифт и площадь (нижний части рекламного поля), размещения иной существенной информации, а также место установки рекламной конструкции (на обочине проезжей части дороги), а также соотносимость размера, света шрифта с фоном рекламного поля, зрительное акцентирование внимания на цифре 20%, 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 по одной из самых оживленных улиц г. Якутска, 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.

Согласно [части 3 статьи 28](#) Федерального закона "О рекламе" если реклама услуг,

связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

В случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемом на значительном расстоянии, 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 кредита «Наличные-Промо» ПАО КБ «Восточный» запущен приказом №ГБ-1192 от 18.05.2015 г. действует с 22.05.2015 г. во всех регионах присутствия Банка, согласно тарифного плана №52/1/2015 г. «Наличные-Промо» процентная ставка составляет 20% годовых, полная стоимость кредита 20%-20,17 % годовых, безналичное перечисление со специального банковского счета, за исключением безналичных расчетов с применением пластиковых карт - 4,9% минимум 250 рублей, переводы денежных средств внутри Банка между счетами одного клиента - 4,9% минимум 135 рублей, переводы денежных средств внутри Банка между счетами разных клиентов - 4,9% минимум 135 рублей, переводы денежных средств внутри Банка за счет погашения кредита между счетами разных клиентов 4,9% минимум 135 рублей, перевод денежных средств внутри Банка в пользу юридических лиц (индивидуальных предпринимателей) при отсутствии договора между Банком и юридическим лицом об информационном обслуживании - 4,9% минимум 135 рублей, перевод денежных средств на счет в другом банке - 4,9% минимум 135 рублей.

Согласно приложения к приказу ГБ-1192 от 18.05.2015 г. к общему положению кредитного продукта №52/1/2015 г. «Наличные-Промо» модификация «Наличные-Промо»:Жизнь» предназначена для клиентов, желающих оформить страховку от несчастного случая и болезни, срок кредита от 12 до 36 месяцев, сумма от 25 000 до 50 000 рублей, выдача кредита невозможна без пластиковой (транспортной) карты, досрочное погашение не ранее 25 календарных дней с момента уведомления клиентом, минимальная сумма частичного досрочного погашения кредита должна состоять 100% от ежемесячного платежа без учета платы за страхование, но не менее 10 000 рублей.

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.

В расчет полной стоимости кредита не включаются платежи заемщика - физического лица по кредиту, связанные с несоблюдением им условий кредитного договора.

Полная стоимость кредита рассчитывается кредитной организацией и доводится ею до заемщика - физического лица в [порядке](#), установленном Банком России.

Из толкования приведенной [нормы](#) права следует, что наряду с такой необходимой информацией, как процентные ставки по кредиту, 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.

Пленумом ВАС РФ ([п. 25](#) Постановления № 58) определен открытый перечень условий, влияющих на стоимость кредита:

- условия о размере процентной ставки;
- условия о сумме и сроке кредита;
- условия о платежах и комиссиях по кредитным операциям;
- условия 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.). Однако рекламодатели не обязаны указывать в рекламе конкретный размер дополнительных расходов, достаточно простого перечисления таких расходов.

Поскольку рекламируемый кредит содержит одно условие (20%), а иные условия, влияющее на его стоимость, хоть формально и присутствуют, но их восприятие невозможно на значительном рассмотрении, кроме того имеются иные условия, которые влияют на сумму расходов (страхование, перечисление со счета,

перевод между счетами и т.п.), которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, то такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламируемом продукте приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

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 предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц (участников дорожного движения), среди которых могут быть 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.

Таким образом, материалами делу установлено, в рекламе кредита «Наличные-Промо» распространенной с 01.07.2015 г. по 31.07.2015 г. 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, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В силу пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Материалами дела установлено, что условия кредита «Наличные-Промо» действовали с 22.05.2015 г. до 31.07.2015 г. во всех регионах присутствия Банка, что подтверждается тарифным планом №52/1/2015 г. «Наличные-Промо», следовательно, с 01.08.2015 г. по указанным в рекламе условиям со ставкой кредита «Наличные-Промо» 20% годовых в ПАО КБ «Восточный» кредиты в Банке не имелись и не выдавались.

Таким образом, материалами дела установлено, что на момент отслеживания распространения рекламы кредита «Наличные-Промо» 20% на территории г. Якутска, 23 сентября 2015 г. сведения (информация) распространяемые в рекламе

содержала не соответствующие действительности сведения, о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара, что указывает на наличие нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 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 рекламодателем рекламы выступает ПАО КБ «Восточный». Данные обстоятельства по делу подтверждаются имеющимися в материалах дела письменными пояснениями ПАО КБ «Восточный», договором №04А-2015/Н от 22.05.2015 г., заключенным с ООО «Региональная Медиа Группа» (агент), актом приема-передачи к счету №0779/15 от 10.08.2015 г., актом-отчетом от 31.07.2015 г. согласно которому агент исполнил размещение и монтаж РИМ Банка на конструкциях наружной рекламы в городах РФ в июле 2015 г., письменными пояснениями Банка №4220343-3149 от 12.10.2015 г. и №4220343-3579 от 05.11.2015 г.

Из представленных в материалы дела документов установлено, что рекламопроизводителем выступает ПАО КБ «Восточный», при этом, непосредственно изготовление готового к распространению макета рекламы осуществлялось самим ПАО КБ «Восточный», согласно п. 5.7. договора №473-0115 от 26.01.2015 г., платежными поручениями №151485 от 20.08.2015 г., №151699 от 24.08.2015 г., №151660 от 24.08.2015 г., №151661 от 24.08.2015 г., макетом рекламы готовым к распространению, представленным Банком, а также пояснениями и документами представленными лицами, привлеченными к участию в деле.

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 ПАО КБ «Восточный» макета рекламы с нарушением требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», Банк признает, что определил содержание рекламы.

В материалах дела отсутствуют доказательства подтверждающие прекращение ИП Киприяновым А.В. распространения рекламы кредита «Наличные-Промо» ПАО КБ «Восточный», при таких обстоятельствах возникает необходимость выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

На основании вышеизложенного, руководствуясь пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2, частью 3 статьи 28, пункта 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктов 37-42, 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Комиссия

решила:

1. Признать рекламу кредита «Наличные-Промо» рекламных конструкций, установленных на территории города Якутска по адресу ул. Автодорожная, 26, Петровского, 8/1, Хабарова, 3 ИП Киприяновым А.В. с 01.07.2015 г. ненадлежащей, нарушающей пункта 4 части 3 статьи 28

2. Выдать ИП Киприянову А.В. 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