

АО «Азиатско-Тихоокеанский Банк»

Амурская ул., 225

г.Благовещенск, 675004

Амурская область

ООО «Медиа План»

Трубная площадь, 2, эт. 1

пом. 1, ком. 80, 86, 87

г. Москва, 107045

РЕШЕНИЕ по делу № 022/05/28-28/2022

Решение изготовлено в полном объеме 27 мая 2022 года г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии:

<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 022/05/5-28/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в городе Барнауле рекламы Банка АТБ «**Подарки для всех! Кредиты наличными от 5,5%...**», в которой усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, частей 2, 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

с участием представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - АО «Азиатско-Тихоокеанский Банк», ИНН 2801023444, 675004, Амурская область, г. Благовещенск, Амурская ул., 225, <...> по доверенности от 10.03.2022 года,

в отсутствие представителя заинтересованного лица – ООО «МедиаПлан», ИНН 7702703504, 107045, г. Москва, Трубная площадь, 2, эт. 1, пом. 1 ком. 80, 86, 87 (извещено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

дело № 022/05/5-28/2022 возбуждено по факту распространения в городе Барнауле на пересечении пр. Красноармейский и ул. Молодежная, напротив дома № 31 по ул. Молодежной, посредством цифрового билборда №29 рекламы кредитного продукта «**АТБ Подарки для всех! Кредиты наличными от 5,5%...**».

В рассматриваемой рекламе антимонопольным органом усмотрены признаки нарушения части 7 статьи 5, частей 2, 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), поскольку указанные в рекламе условия, влияющие на сумму расходов для заемщика, и влияющие на полную стоимость кредита, выполнены мелким, по сравнению с основным рекламным текстом, шрифтом и транслируются короткое время (5 сек.), что делает невозможным восприятие данных условий, их прочтение потребителями рекламы. В связи с чем, их присутствие в рекламе является формальным.

Из положений части 6 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частями 2, 3 статьи 28 Закона о рекламе, ответственность несет рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

По информации, предоставленной ИП Кириковым С.В., указанный рекламно-информационный материал размещался на основании договора №1\_Кир от 01.05.2021г. на размещение рекламы, заключенного между ИП Кириковым С.В. и ООО «Ракурс плюс» (Заказчик), ИНН 5406802332, 630007, г.Новосибирск, Кривошековская ул., 15, корп. 3, оф. 208.

Рекламный материал, исходя из содержания рекламы, размещался в интересах АО «Азиатско-Тихоокеанский Банк», ИНН 2801023444, 675004, Амурская область, г.Благовещенск, Амурская ул., 225.

В связи с чем, лицом, в действиях которого усмотрены признаки нарушения законодательства о рекламе, признано ООО «Ракурс плюс», заинтересованным лицом – АО «АТБ».

Рассмотрение дела назначено на 11 февраля 2022 года.

09 февраля 2022 года АО «АТБ» во исполнение определения о возбуждении дела предоставлены документы и материалы, связанные с размещением и распространением рассматриваемой рекламы, а также сообщено, что 05.02.2021 года между АО «АТБ» (Клиент) и ООО «МедиаПлан» (Агентство) заключен договор № 05/02/21-2-МР, в соответствии с которым агентство обязуется по поручению клиента за вознаграждение совершать от своего имени, но за счет клиента, сделки по размещению наружной рекламы на территории обслуживания клиента, включающие аренду и обслуживание конструкций наружной рекламы в рамках текущей адресной программы, а также добор конструкций наружной рекламы.

Между ООО «МедиаПлан» и ООО «Ракурс плюс», как указывает заинтересованное лицо, заключен договор № 81-У/РП от 01.01.2021г., в соответствии с которым ООО «Ракурс плюс» обязуется оказывать услуги по размещению (экспонированию) рекламных информационных материалов ООО «МедиаПлан» на средствах наружной рекламы.

Вместе с тем, АО «АТБ» утвержденные условия рекламируемого кредитного продукта «КРЕДИТ от 5,5%» не предоставлены.

На рассмотрение дела АО «АТБ» представителя не направил, о дате, времени и месте рассмотрения дела кредитная организация извещена надлежащим образом.

08 февраля 2022 года в материалы дела поступили истребуемые определением о возбуждении дела от ООО «Ракурс плюс» документы и материалы, а также письменные пояснения по делу.

Обществом предоставлена копия заключенного с ООО «МедиаПлан» договора № 81-У/РП от 01.01.2021г. на размещение рекламы, а также пояснено, что ООО «Ракурс плюс» во исполнение указанного договора был заключен договор № 1-Кир от 01.05.2021г. и Приложение № 11\А от 01.12.2021г. на размещение рассматриваемой рекламы; выбор средства наружной рекламы осуществлялся ООО «МедиаПлан», макет с рекламой согласовывал непосредственно ООО «МедиаПлан» с ИП Кириковым С.В.; готовое изображение рекламы (макет) для размещения на конструкциях предоставлялось непосредственно ООО «МедиаПлан»; технические требования к размещению ролика устанавливаются ИП Кириковым С.В. и находятся по адресу: Видео: ТТ234 – <https://disk.yandex.ru/i/kHJDYRgKsEeSHQ>. В связи с чем, ООО «Ракурс плюс» ходатайствовало о замене ненадлежащего лица – ООО «Ракурс плюс» надлежащим – ООО «МедиаПлан».

11 февраля 2022 года присутствующий на заседании Комиссии представитель ООО «Ракурс плюс» изложенные доводы поддержал в полном объеме.

В соответствии с пунктами 35, 38 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020г. № 1922 (далее – Правила), рассмотрение дела отложено до 09 марта 2022 года в связи с необходимостью замены ненадлежащей стороны по делу.

09 марта 2022 года представители заинтересованного лица – АО «Азиатско-Тихоокеанский Банк» на рассмотрение дела не явились, о дате, времени и месте его рассмотрения извещены надлежащим образом.

03 марта 2022 года от Банка поступила информация об условиях предоставления, использования и возврата рекламируемого потребительского кредита по ТП «Акционный».

04 марта 2022 года от ООО «МедиаПлан» во исполнение определения об отложении дела поступили материалы и документы, а также письменные пояснения, согласно которым Общество не является рекламодателем (лицом, определившим объект рекламирования) рассматриваемой рекламной информации; ООО «МедиаПлан» по поручению АО «Азиатско-Тихоокеанский Банк» заключило договор с ООО «Ракурс плюс» на печать макета, предоставленного АО «Азиатско-Тихоокеанский Банк», и размещение рекламного материала во исполнение поручения Банка; ООО «МедиаПлан» указывает, что рекламодателем рассматриваемой рекламы выступает АО «Азиатско-Тихоокеанский Банк».

09 марта 2022 года рассмотрение дела Комиссией отложено до 31 марта 2022 года по причине необходимости замены ненадлежащей стороны по делу ООО «МедиаПлан» на надлежащую – ООО АО «Азиатско-Тихоокеанский Банк».

31 марта 2022 года представители лиц, участвующих в деле, на заседание Комиссии не явились, о дате, времени и месте его рассмотрения извещены надлежащим образом, что в силу пункта 31 Правил не является препятствием для рассмотрения Комиссией дела по существу в данном заседании в отсутствии извещенных лиц.

Комиссией при изучении материалов дела установлено, что управлением Федеральной антимонопольной службы по Камчатскому краю 27 января 2022 года в отношении АО «Азиатско-Тихоокеанский Банк» возбуждено дело № 041/05/28-23/2022 по признакам нарушения части 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе по факту распространения на территории Камчатского края аналогичной рекламы «Пора дарить подарки! Кредиты наличными от 5,5%...». Рассмотрение дела приостановлено на срок рассмотрения рекламы на Экспертном совете по применению законодательства о рекламе в Приморском УФАС России.

В связи с необходимостью получения результатов рассмотрения Экспертным советом рассматриваемой рекламы и в соответствии с пунктом 38 Правил, Комиссией рассмотрение дела отложено до 27 апреля 2022 года.

26 апреля 2022 года в Алтайское краевое УФАС России поступила копия протокола Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите недобросовестной конкуренции при Приморском УФАС России от 18.04.2022г., согласно результатам опроса которого, большинство членов экспертного совета сообщили, что информация, указанная в рекламе мелким шрифтом, плохо воспринимается для прочтения; мелкий шрифт рекламы финансовых услуг АО «АТБ» затрудняет восприятие текста, что не позволяет потребителю получить полную достоверную информации и сделать правильный выбор.

Присутствующий 27 апреля 2022 года в заседании Комиссии представитель АО «АТБ» заявил ходатайство об отложении рассмотрения дела до рассмотрения аналогичного дела Комиссией Камчатского УФАС России, а также с целью предоставления Банком дополнительных материалов и пояснений относительно того, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «МедиаПлан», действующее на основании агентского договора, поэтому замена стороны по делу необоснованна.

Комиссия, заслушав доводы представителя Банка, изучив материалы дела, и руководствуясь пунктом 38 Правил, рассмотрение дела отложила до 26 мая 2022 года. От АО «АТБ» и ООО «МедиаПлан» истребованы следующие сведения: переписка по вопросу согласования/утверждения спорного рекламного материала к размещению в г.Барнауле, в том числе цифровой рекламный ролик; фотоотчет, представленный рекламодателем Банку; письменные пояснения.

13 мая 2022 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю во исполнение определения поступили пояснения ООО «МедиаПлан», в соответствии с которыми Общество считает, что рекламодателем

рассматриваемой рекламы является Банк, а не ООО «МедиаПлан», являющееся рекламным агентством, выполняющим фактически посреднические функции; предметом договора, заключенного между Банком и агентством, является не определение за клиента объекта рекламирования, а совершение сделок по непосредственному размещению предоставленных клиентом готовых макетов, рекламных материалов в электронной форме (видеороликов), производству (печати) рекламных материалов в материальной форме на основании предоставленных клиентом макетов в электронном виде. ООО «МедиаПлан» указывает, что письмом от 25 октября 2021 года Банком рекламному агентству была выслана ссылка для скачивания рекламного материала.

23 мая 2022 года в антимонопольный орган предоставлены возражения Банка, согласно которым в спорной рекламе содержится вся существенная информация о кредите; текст иных условий, указанных меньшим шрифтом, читаем, но, как указывает Банк, требует более длительного времени прочтения, чем основной текст, указанный крупным шрифтом, если потребитель заинтересован в рекламе, он всегда ее посмотрит несколько раз. Банк не согласен с заменой по данному делу ненадлежащего лица ООО «МедиаПлан» на АО «АТБ», поскольку Банк предоставил ООО «МедиаПлан» макет рекламы, содержащий все условия в соответствии с законодательством о рекламе, а ООО «МедиаПлан» от своего имени разместило наружную рекламу на рекламной конструкции, принадлежащей ИП Кирикову С.В., которым устанавливались технические требования к рекламному ролику. В связи с чем, оснований для привлечения Банка к ответственности за нарушение требований части 7 статьи 5, частей 2, 3 статьи 28 Закона о рекламе не имеется.

26 мая 2022 года присутствующий при рассмотрении дела представитель АО «Азиатско-Тихоокеанский Банк» доводы, изложенные в возражениях, поддержал в полном объеме.

Представитель ООО «МедиаПлан» на заседание Комиссии не явился, о дате, времени и месте рассмотрения дела Общество извещено надлежащим образом, что не является в силу пункта 31 Правил препятствием для рассмотрения Комиссией дела по существу в данном заседании.

Комиссия, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

Согласно материалам дела, в городе Барнауле на пересечении пр. Красноармейский и ул. Молодежная, напротив дома № 31 по ул. Молодежной, посредством цифрового билборда №29 размещена реклама кредитного продукта **«АТБ Подарки для всех! Кредиты наличными от 5,5%...»**.

Факт распространения указанной рекламы установлен антимонопольным органом 14 декабря 2021 года, что зафиксировано в акте наблюдения № 183 от 15.12.2021г.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация «АТБ Подарки для всех! Кредиты наличными от 5,5%...» полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к кредитной организации – Банк АТБ, кредитному продукту от 5,5%, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке среди аналогичных товаров.

Рассматриваемая реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию потребителя рекламы на заключение кредитного договора на указанных в рекламе условиях, в частности с процентной ставкой от 5,5% годовых. Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с банком по поводу заключения кредитного договора.

Законом о рекламе установлены особенности распространения рекламы финансовых услуг.

Финансовой услугой в соответствии с действующим законодательством признается 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.

В соответствии со статьей 819 Гражданского кодекса РФ по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты за пользование ею, а также предусмотренные кредитным договором иные платежи, в том числе связанные с предоставлением кредита.

Рекламируемый кредитный продукт является финансовой услугой, в связи с чем, на рассматриваемую рекламу распространяются специальные нормы Закона о рекламе, предусмотренные статьей 28, а также общие требования законодательства о рекламе.

Согласно части 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

В соответствии со статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» к условиям, определяющим полную стоимость кредита, отнесены следующие платежи заемщика:

- 1) по погашению основной суммы долга по договору потребительского кредита (займа);
- 2) по уплате процентов по договору потребительского кредита (займа);
- 3) платежи заемщика в пользу кредитора, если обязанность заемщика по таким

платежам следует из условий договора потребительского кредита (займа) и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от совершения таких платежей;

4) плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа);

5) платежи в пользу третьих лиц, если обязанность заемщика по уплате таких платежей следует из условий договора потребительского кредита (займа), в котором определены такие третьи лица, и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от заключения договора с третьим лицом;

6) сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо, признаваемое его близким родственником;

7) сумма страховой премии по договору добровольного страхования в случае, если в зависимости от заключения заемщиком договора добровольного страхования кредитором предлагаются разные условия договора потребительского кредита (займа), в том числе в части срока возврата потребительского кредита (займа) и (или) полной стоимости кредита (займа) в части процентной ставки и иных платежей.

Кроме того, с учетом части 4.1 статьи 6 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» при определении полной стоимости потребительского кредита (займа) все платежи, предшествующие дате перечисления денежных средств заемщику, также включаются в состав платежей, осуществляемых заемщиком на дату начального денежного потока (платежа).

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Комиссией при изучении содержания размещенной в городе Барнауле рекламы АО «АТБ» установлено, что в рассматриваемой рекламе условия, влияющие на сумму расходов, приведены формально, поскольку данные сведения выполнены мелким, по сравнению с основным рекламным текстом, привлекательным для потребителя, шрифтом и транслируется короткое время (5 сек.), что делает невозможным восприятие данных условий, их прочтение, и вводит в заблуждение потребителя относительно условий рекламируемого кредита.

Комиссией установлено, что реклама **«АТБ Подарки для всех! Кредиты наличными от 5,5%...»** наряду с привлекательными условиями, в данном случае процентной ставкой от 5,5%, содержит следующие: «Кредит «Акционный» для физ.лиц, сумма 5-300 тыс.руб., срок: 13-24 мес., ставка (%годовых): 5,5% \* для заемщиков в браке (6,5%\* без брака) (\*% ставка при личном страховании заемщиком; без страхования % ставка увеличивается на 7 пп.), выбор страховой компании на усмотрение заемщика. ПСК:12,498-19,951% годовых, 5354,07-359427,58 рублей...».

Несмотря на формальное наличие в рекламе части сведений об иных условиях кредита, влияющих на сумму расходов, и определяющих полную его стоимость, помимо указанной крупным шрифтом в рекламе информации о процентной ставке по кредиту, форма представления таких сведений такова, что они не могут быть восприняты потребителями здесь и сейчас, следовательно, фактически отсутствуют в рекламе

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

Закон о рекламе предъявляет общие требования к рекламе: «Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются».

Информация об условиях, влияющих на полную стоимость кредита, являющаяся менее привлекательной для заемщика, должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими, привлекательными, условиями, так как она может существенно изменить стоимость кредита и повлиять на сумму расходов по кредиту для потенциального заемщика. Её отсутствие в рекламе искажает смысл рекламы и вводит в заблуждение потребителей относительно стоимости кредита для заемщика.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как ограниченное время считывания информации, объем информации, размещенной в рекламе, размер шрифта, которым выполнены существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя получить полную информацию.

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается усматривается при визуальном просмотре рекламы.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написанная крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания потребителей, сформированные такой рекламой, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях кредита, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что в нарушение требований части 7 статьи 5, частей 2, 3 статьи 28 Закона о рекламе условия, определяющие полную стоимость кредита для заемщика, и как следствие, влияющие на сумму расходов, являющиеся существенной информацией для потребителей, в рекламе не указаны.



Поскольку у потребителей рекламы затруднена возможность прочесть и воспринять всю информацию о рекламируемом продукте, то данное свидетельствует о том, что, несмотря на формальное присутствие в рекламе сведений обо всех условиях оказания соответствующей услуги, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются, следовательно, приравниваются к их отсутствию.

Согласно имеющемуся в материалах дела опросу Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите недобросовестной конкуренции при Приморском УФАС России от 18.04.2022г., большинство членов экспертного совета сообщили, что информация, указанная в рекламе мелким шрифтом, плохо воспринимается для прочтения; мелкий шрифт рекламы финансовых услуг АО «АТБ» затрудняет восприятие текста, что не позволяет потребителю получить полную достоверную информации и сделать правильный выбор.

Из положений части 6 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частями 2, 3 статьи 28 Закона о рекламе, ответственность несет рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем, лицом, определившим объект рекламирования и содержание рассматриваемой рекламы, является АО «АТБ».

К доводу представителя АО «АТБ» о том, что рекламодателем, лицом, ответственным за размещение, в данном случае выступает рекламное агентство, которое от своего имени, разместило рассматриваемую рекламу, относится критически, поскольку ключевым критерием для признания какого-либо лица рекламодателем является факт того, что указанное лицо определило объект рекламирования и (или) содержание рекламы, а не формальное указание в гражданско-правовом договоре какого-либо лица в качестве рекламодателя.

Отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении либо производстве (изготовлении) рекламы и иных документов, а также всех обстоятельств распространения рекламы.

Исходя из содержания рассматриваемой рекламы, объектом рекламирования является кредит наличными от 5,5%, который возможно получить именно в кредитной организации – АО «АТБ», на привлечение внимания к которой в том числе, направлена реклама.

Из обязательств ООО «МедиаПлан» по агентскому договору следует, что Общество совершает от своего имени, но за счет Банка сделки по размещению наружной рекламы, печати, монтажу и демонтажу рекламных материалов, а Банк уплачивает агентству вознаграждение. Тем самым, предметом агентского договора фактически является оказание посреднических услуг.

Кроме того, исходя из позиции ФАС России, изложенной в Письме от 31.05.2016 № АК/36350/16 (по аналогии), если реклама размещается на основании договора,

заказчиком рекламы по которому выступает физическое лицо - законный представитель юридического лица, или уполномоченный представитель юридического лица, и такого рода договор заключается в интересах юридического лица, то рекламодателем такой рекламы признается данное юридическое лицо, в том числе, поскольку в силу объекта рекламирования и обстоятельств распространения рекламы данное юридическое лицо заинтересовано в распространении рекламы.

Таким образом, рекламодателем рекламы «**АТБ Подарки для всех! Кредиты наличными от 5,5%...**» является АО «АТБ», определившее объект рекламирования.

В соответствии со статьей 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламоателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссией установлено, что распространение рассматриваемой рекламы прекращено; реклама, согласно материалам дела, распространялась в период с ноября по декабрь 2021 года включительно, в связи с чем, Комиссия считает выдачу предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе не целесообразной.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «АТБ Подарки для всех! Кредиты наличными от 5,5%...», размещенную в городе Барнауле на пересечении пр.Красноармейский и ул.Молодежная, напротив дома № 31 по ул. Молодежной, ненадлежащей, так как при ее размещении нарушены требования части 7 статьи 5, частей 2, 3 статьи 28 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>