

ОАО «Уралтрансбанк» разместило рекламу своих услуг в средствах массовой информации. Рекламные отделения содержали информацию о различного рода вкладах, их минимальных суммах, сроках и процентных ставках, а также некоторых других условиях договоров. При этом в рекламе сообщалось лишь об отдельных условиях договора банковского вклада, а также обещалась будущая доходность деятельности банка путем указания процентных ставок по вкладам.

В соответствии с п.п. 5, 6 ст. 17 Федерального закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы финансовых услуг не допускается представлять любого рода гарантии, обещания или предположения о будущей эффективности (доходности) деятельности, а также умалчивать хотя бы об одном из условий договора, если в рекламе сообщается об условиях договора.

На основании вышеизложенного и руководствуясь п. 1 ст. 26 Федерального закона «О рекламе» и Порядком рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия антимонопольного органа признала рекламу ОАО «Уралтрансбанк» ненадлежащей, так как она противоречит требованиям п.п.5, 6 ст. 17 Федерального закона «О рекламе».

ОАО «Уралтрансбанк» выдано предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Не согласный с решением и предписанием Комиссии антимонопольного органа, рекламодатель (ОАО «Уралтрансбанк») обратился в арбитражный суд с иском о признании недействительными актов антимонопольного органа. Оспаривая решение, истец указал, что рекламные объявления не содержат обещаний о будущей доходности, поскольку содержат лишь предложения заключить договоры на тех условиях, которые указаны в объявлениях, то есть, по сути, являются существенными, в связи с чем их отсутствие не вводит потребителей рекламы в заблуждение и не затрагивает общественные интересы.

Рассмотрев материалы дела, арбитражный суд установил следующее.

Федеральный закон «О рекламе» в ст. 17 накладывает запрет на представление любого рода гарантий, обещаний, предположений о будущей эффективности (доходности) деятельности при производстве, размещении и распространении рекламы финансовых, страховых, инвестиционных и иных услуг, связанных с использованием денежными средствами.

ОАО «Уралтрансбанк» разместило рекламу о различных видах вкладов с указанием процентных ставок.

Согласно статье 834 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее ГК РФ) процентная ставка является условием договора вклада, на основании которого банк, принявший поступившую от вкладчика денежную сумму, обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты на нее.

В связи с этим суд пришел к выводу о том, что включение истцом в рекламные объявления процентных ставок не является обещанием будущей доходности банковской деятельности, а лишь отражает условия публичного договора, каким является договор банковского вклада, согласно ст. ст. 426, 834 ГК РФ.

При этом суд указал, что публичность данного вида договоров определяет обязанность банка сообщать обо всех условиях, предусмотренных в договоре.

ОАО «Уралтрансбанк» в своем рекламном объявлении не указало все условия договора, в том числе условия о возможности изменения банком в одностороннем порядке процентной ставки, порядке возврата вклада и выплаты процентов по вкладам. В то время как Федеральный закон «О рекламе» содержит прямой запрет при рекламировании услуг, связанных с использованием денежными средствами, умалчивать хотя бы об одном из условий договора.

Наряду с этим суд отклонил доводы истца о том, что в рекламе не указывались лишь несущественные условия договора, а также условия, предусмотренные ГК РФ. Суд отметил, что п. 6 ст. 17 Федерального закона «О рекламе» содержит требование об указании всех условий договора.

На основании вышеизложенного арбитражный суд отменил решение Комиссии антимонопольного органа в части признания ненадлежащей рекламы ОАО «Уралтрансбанк», противоречащей требованиям п. 5 ст. 17 Федерального закона «О рекламе», так как указание в рекламном объявлении процентных ставок не является обещанием будущей эффективности (доходности) банковской деятельности, а отражает условия публичного договора, каким является договор банковского вклада, что соответствует требованиям ст. ст. 426, 834 ГК РФ.

В части признания антимонопольным органом рекламы ОАО «Уралтрансбанк» ненадлежащей в связи с отсутствием в рекламе банковских услуг всех существенных условий договора при указании отдельных условий (п. 6 ст. 17 Федерального закона «о рекламе»), арбитражный суд оставил решение и предписание Комиссии антимонопольного органа.