

## РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «04» июня 2015 г.

В полном объеме решение изготовлено «19» июня 2015 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – П.В. Олейника, К.С. Сучковой, С.В. Дуванской,

рассмотрев дело № 3 28 83/77 15 в отношении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», ООО «Медиа Экспресс», ПАО «Банк ВТБ 24» по факту распространения рекламы «ВТБ 24» на странице 5 журнала FORBES №07 2014 с признаками нарушения части 3 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителей ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» в лице Е.Ю. Шишкановой, Е.Е. Чирко (по доверенности);

в присутствии представителя ПАО «Банк ВТБ 24» в лице В.С. Щенниковой (по доверенности),

в отсутствие представителей ООО «Медиа Экспресс» (надлежащим образом уведомлено),

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3 28 83/77 15 возбуждено Московским УФАС России 07.04.2014 на основании Акта № 2 плановой выездной проверки юридического лица от 23.12.2014 (исх. № 08/42948 от 23.12.2014) по факту распространения рекламы «ВТБ 24» на странице 5 журнала FORBES №07 2014.

В указанной рекламе усматриваются признаки нарушения части 3 статьи 28 Закона о рекламе, выразившегося в отсутствии в рекламе финансовых услуг, связанных с предоставлением кредита, наряду с указанием процентной ставки по кредиту, влияющей на его стоимость, остальных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», ПАО «Банк ВТБ 24», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (адрес: 129226, г. Москва, ул. Докукина, д. 16, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании

Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным номером 1037716027777, ИНН 771623611.

ПАО «Банк ВТБ 24» (адрес: 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 35) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным номером 1027739207462, ИНН 7710353606.

ООО «Медиа Экспресс» (адрес: 121609, г. Москва, Осенний бульвар, д. 23) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным номером 1047796906090, ИНН 7709579729.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25 декабря 1998 года № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Публикация о банке «ВТБ 24» на странице 5 журнала FORBES №07 2014 содержит описание преимуществ кредитования и комплексного обслуживания компаний и предприятий в банке «ВТБ 24», коммерческое обозначение банка, контактные данные и адрес сайта в сети «Интернет». Целью указанной информации является привлечение внимания предприятий к услугам банка.

Указанная реклама распространена посредством периодического печатного издания, а следовательно неопределенному кругу лиц.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и

конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Таким образом, рассматриваемая информация, отвечает всем требованиям рекламы: направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, распространена в периодическом печатном издании и адресована неопределенному кругу лиц. Данный факт также подтверждается пометкой «реклама», размещенной на рассматриваемом материале. Сторонами по делу не оспаривается.

Согласно пункту 25 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», в соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

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.).

Реклама «ВТБ24» содержала в том числе следующую информацию:

- «Вы упомянули, что процентная ставка по кредиту формируется индивидуально. Под какую минимальную ставку можно получить кредит в вашем банке?»
- Ставки для малого бизнеса в ВТБ 24 начинаются примерно от 10 % годовых, но можно получить кредит и под более низкий процент. Ставка ниже, если клиент пользуется сразу несколькими услугами банка.»

Сведений об иных условиях, влияющих на стоимость кредита в рекламе указано не было.

В указанной рекламе, содержатся сведения только о размере процентной ставки по кредиту. В случае, если в рекламе кредитов указывается процентная ставка, на условиях которой предоставляется кредит, то данная величина должна включать в себя все дополнительные платежи, связанные с обслуживанием рекламируемого кредита (комиссии за открытие счета, ведение счета и пр.).

Таким образом, установлен факт размещения в рекламе услуг по предоставлению кредита одного из условий, влияющих на его стоимость

(процентной ставки) при неуказании всех остальных условий, влияющих на стоимость кредита.

Представителем ПАО «Банк ВТБ 24» заявлен довод о том, что в рассматриваемой рекламе указана примерная процентная ставка, и то, что кредит можно получить и под более низкий процент, поэтому текст рекламы не содержит информации об определенных условиях, влияющих на стоимость кредита, в ней не указывается определенный процент, под который Банк предоставляет кредиты. Данный довод не может быть принят Комиссией Московского УФАС России во внимание в связи со следующим. Тот факт, что кредиты выдаются и на иных условиях, отличных от указанных в рекламе, не свидетельствует о том, что в рекламе отсутствует указание процентной ставки (10 % годовых), а равно одного из условий выдачи кредита.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлен факт нарушения части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении рекламы «ВТБ 24» на странице 5 журнала FORBES №07 2014

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама «ВТБ 24» на странице 5 журнала FORBES №07 2014, распространенная с нарушением требований части 3 статьи 28 Закона о рекламе, признана Комиссией Московского УФАС России ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что лицом, определившим объект рекламирования, содержание рассматриваемой рекламы, а равно являющимся ее рекламодателем, признано ПАО «Банк ВТБ 24». Сторонами по делу не оспаривается. В подтверждение данного факта ПАО «Банк ВТБ 24» представил Агентский договор № В-09/2014 от 07.04.2014.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно положениям статьи 2 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации», под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

Учредителем и издателем журнала Forbes, как установлено ранее, является ООО «Аксель Шпрингер Раша». Таким образом, ООО «Аксель Шпрингер Раша» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России считает установленным нарушение ПАО «Банк ВТБ 24» части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении ООО «Аксель Шпрингер Раша» рекламы «ВТБ 24» на странице 5 журнала FORBES №07 2014.

Решая вопрос о выдаче предписаний сторонам по делу, Комиссия Московского УФАС России исходит из следующего.

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», ПАО «Банк ВТБ 24» в материалы дела не представлены материалы, документально подтверждающие прекращение распространения рассматриваемой рекламы в журнале FORBES с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Между тем, предписание само по себе направлено именно на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, и не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», ПАО «Банк ВТБ 24» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508,

#### РЕШИЛА:

1. Признать распространяемую ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», ПАО «Банк ВТБ 24» рекламу «ВТБ 24» на странице 5 журнала FORBES №07 2014, ненадлежащей в связи с нарушением требований части 3 статьи 28 Закона о рекламе.
2. Выдать ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», ПАО «Банк ВТБ 24» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу

Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности, установленном статьей 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд г. Москвы в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.