

ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ  
БАНК»

107045, г. Москва,  
Луков пер., д. 2, стр. 1

[info@mkb.ru](mailto:info@mkb.ru)

## **РЕШЕНИЕ**

«28» июня 2018 года г. Москва

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

председателя Комиссии: <...> ,

членов Комиссии: <...> , <...> ,

рассмотрев дело № 3-5-171/77-18, возбужденное в отношении ПАО «МКБ» по факту распространения рекламы с 26.01.2018 по настоящее время по адресу: г. Москва, ул. Сеславинская, д. 16, корп. 1, рекламы «Надежный вклад в лучшем банке! Московский кредитный банк», с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, содержащей некорректное сравнение реализуемого товара с товарами конкурентов; пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед иными товарами,

в присутствии представителя ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» в лице <...>. (по доверенности № <...> от <...>),

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-171/77-18 возбуждено в отношении ПАО «МКБ» (ОГРН 1027739555282, ИНН 7734202860) на основании заявления физического лица по факту распространения с 26.01.2018 по настоящее время по адресу: г. Москва, ул. Сеславинская, д. 16, корп. 1, рекламы: «Надежный вклад в лучшем банке! Московский кредитный банк» с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, содержащее некорректное сравнение реализуемого товара с товарами конкурентов; пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед иными товарами.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителя ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.11.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739555282, ИНН 7734202860, КПП 775001001.

По адресу г. Москва, ул. Сеславинская, д. 16, корп. 1 с 26.01.2018 по настоящее время размещен информационный плакат с рекламой следующего содержания: «Надежный вклад в лучшем банке! Московский

кредитный банк».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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 продвижение на рынке.

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.

Реклама размещалась на информационном плакате в местах обслуживания клиентов ПАО «МКБ» в Дополнительном офисе «Отделение Багратионовское», расположенного по адресу г. Москва, ул. Сеславинская, д. 16, корп. 1, это подтверждается представленными в Московское УФАС России фотографиями заявителя, а также предоставленной ПАО «МКБ» информацией по запросу.

При этом реклама была направлена не во внутреннее помещение офиса ПАО «МКБ», а на потребителей, проходящих мимо данного офиса, что не позволяет квалифицировать данную информацию, как размещавшуюся в месте осуществления деятельности ПАО «МКБ».

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство 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.

В настоящем случае, объектами рекламирования является вклад в банке

ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК», а также сам банк.

На основании изложенного, спорная информация является рекламой. Данный факт сторонами по делу не оспаривается.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуемые другими продавцами.

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление), необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценивать его свойства.

Исходя из указанной позиции, а также статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», письма ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15, под некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление превосходства товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Указанная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с принципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых сведений о рекламоделателях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом на использование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или неопределенных) недобросовестных способов привлечения внимания к объекту рекламирования.

Таким образом, некорректное сравнение может быть осуществлено как с конкретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой, услугой), так и в отношении неограниченного круга хозяйствующих субъектов -конкурентов и (или) их товаров.

При этом некорректное сравнение может быть как негативным (иметь цель принизить товаров конкурента, превознося свои), так и позитивным (не ослабляет репутацию товара конкурента, а наоборот использует ее).

Кроме того, некорректное сравнение может быть построено с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

В настоящем случае, используемое в спорной рекламе словосочетание «в лучшем банке» направлено на распространение позитивной информации в отношении рекламируемого товара путем некорректного сравнения с другими товарами, выраженном в акцентировании на неподтвержденные в тексте рекламы преимущества рекламируемого товара.

Согласно пункту 29 Постановления, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В рассматриваемой рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, с помощью которого указанная в рекламе информация может быть подтверждена или опровергнута объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение.

На основании вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рекламе «Надежный вклад в лучшем банке! Московский кредитный банк», размещенная на информационном плакате в местах обслуживания клиентов ПАО «МКБ» в Дополнительном офисе «Отделение Багратионовское», расположенного по адресу г. Москва, ул. Сеславинская, д. 16, корп. 1, факта нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, содержащей некорректное сравнение реализуемого товара с товарами конкурентов; пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившиеся в распространении рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед иными товарами.

Ответственность за нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламоатель.

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

Исходя из представленных документов и сведений, рекламоателем спорной рекламы является ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК».

Данное положение ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» не оспаривается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС в действиях ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» установлено нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона 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.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пусть и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, 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 ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона 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, Комиссия Московского УФАС России,

#### РЕШИЛА:

1. Признать ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» нарушившим пункт 1 части 2, пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в связи с распространением рекламы: «Надежный вклад в лучшем банке! Московский кредитный банк».

2. Выдать ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

Исполнитель: <...>, (495) 784-75-05 (доб. <...>)

ИГ/35564/18 от 24.07.2018

ПАО «МКБ»

Луков пер., д. 2, стрю 1,

г. Москва, 107045

info@mkb.ru

## **ПРЕДПИСАНИЕ № 238**

о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе



«28» июня 2018 года г. Москва

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

председателя Комиссии: <...> ,

членов Комиссии: <...> , <...> ,

на основании своего решения по делу № 3 5-171/77-18 о признании ПАО «МКБ» нарушившим требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» при распространении в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Надежный вклад в лучшем банке! Московский кредитный банк»,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1, частью 3 статьи 36 Закона о рекламе, пункта 44, пункта 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 года № 508,

#### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1 . ПАО «МКБ» в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить распространение рекламы «Надежный вклад в лучшем банке! Московский кредитный банк» с нарушением требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

2 . ПАО «МКБ» в трехдневный срок со дня исполнения настоящего предписания представить в адрес Московского УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего Предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Московское УФАС России в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях вправе наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

Исполнитель: <...>, тел. 8 (495) 784-75-05 (доб. <...>