

ОАО «Московский кредитный банк»

107045, г. Москва,

Луков пер., д. 2, корп. 1

ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН»

125147, г. Москва,

1-я Тверская-Ямская, д. 5/2

ЗАО «Код оф трейд»

125147, г. Москва,

1-я Тверская-Ямская, д. 5/2

ООО «Гэллэри Сервис»

121087, г. Москва,

Багратионовский пр-д,

д. 7, корп. 20 А

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «18» мая 2015 года.

В полном объеме решение изготовлено «01» июня 2015 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации

о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – (.....),

членов Комиссии – (.....), (.....),

рассмотрев дело № 3-5-95/77-15 по признакам нарушения ОАО «Московский кредитный банк» части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), в присутствии представителей ОАО «МКБ» в лице: (.....) (доверенность № 12640/2014 от 22.07.2014), (.....) (доверенность № 376/2015 от 12.05.2015); в отсутствие представителей ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН», ЗАО «Код оф трейд», ООО «Гэллэри Сервис» (уведомлены надлежащим образом),

1

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-95/77-15 возбуждено на основании заявления физического лица (вх. № 48492 от 10.12.2014) по факту распространения посредством рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Москва, ул. Лобачевского, д. 37 (4 оп. до пересечения с Мичуринским пр-том), рекламы банковских услуг «Высокая ставка по

вкладам 13 %», оказываемых ОАО «Московский кредитный банк».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив

нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского

УФАС России приходит к следующим выводам.

ОАО «Московский кредитный банк» (107045, г. Москва, Луков пер., д. 2, корп. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено

в Единый государственный реестр юридических лиц 18.11.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739555282.

ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН» (адрес: 125147, г. Москва, 1-я

Тверская-Ямская, д. 5/2) является юридическим лицом, действующим на

основании

Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 31.05.2005 за основным государственным регистрационным номером 1057747131991.

ЗАО «Код оф трейд» (адрес: 125147, г. Москва, 1-я Тверская-Ямская, д. 5/2) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 05.10.2005 за основным государственным регистрационным номером 1057748474761.

ООО «Гэллэри Сервис» (адрес: 121087, г. Москва, Багратионовский пр-д, д. 7, корп. 20 А) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.08.2004 за основным государственным регистрационным номером 1047796590159.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

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

Рассматриваемая реклама содержит информацию, индивидуализирующую хозяйствующий субъект: наименование (ОАО «Московский кредитный банк»), адрес

сайта в сети «Интернет» (mkb.ru), номер телефона, а также сведения об оказываемых

ОАО «Московский кредитный банк» услугах (открытие вкладов).

2

Информация распространялась посредством рекламной конструкции, установленной в

непосредственной близости от проезжей части дороги, а следовательно, была доступна для

восприятия неопределенному кругу лиц.

При этом, 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.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация отвечает всем законодательно установленным признакам рекламы, а именно: содержит объект

рекламирования (ОАО «Московский кредитный банк» и оказываемые им услуги), распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод Комиссии Московского УФАС России ОАО «Московский кредитный банк» не оспаривается, дополнительно подтверждается тем фактом, что информация была размещена посредством рекламной конструкции (разрешение на установку и эксплуатацию № 1-47414-11235 от 21.11.2013), которая, согласно части 2 статьи 19 Закона о рекламе, должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

Согласно части 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.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», Рекламодатель

вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при

этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые к рекламе, в

частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая

гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не

содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

Рассматриваемая наружная реклама «Высокая ставка по вкладам 13 %» содержит крупное изображение максимального размера процентной ставки по вкладу. При этом,

иные условия вклада (срок вклада, минимальная сумма открытия вклада, изменение

процентной ставки в зависимости от срока размещения денежных средств) изображены значительно более мелким шрифтом.

Согласно материалам дела, спорная реклама размещалась на стороне «В» рекламной конструкции, т. е. на стороне противоположной движению.

Таким образом, у потребителя,двигающегося по дороге на автомобиле, отсутствовала

возможность приблизится к рекламной конструкции, а равно рассмотреть вблизи текст

3

рекламы изображенный мелким шрифтом.

Представляется очевидным, что для потребителя при заключении договора банковского вклада, существенной является не только информация о размере процентной

ставки, выделенная крупным шрифтом, но и информация, отсутствие которой способно

обмануть его ожидания (срок вклада, минимальная сумма открытия вклада, изменение

процентной ставки в зависимости от срока размещения денежных средств).

Совокупность фактов, а именно: ограниченное время считывания информации,

фактический размер шрифта, которым написаны привлекательные условия оказания услуги

по сравнению со шрифтом основной информации об услуге, высота расположения текста не

позволяют потребителям указанной рекламы прочесть и воспринять всю существенную

информацию, доведение которой до потребителей обязательно в соответствии с Законом о

рекламе.

Такие сведения, формально присутствуя в рекламе «Высокая ставка по вкладам 13 %», фактически не могут быть восприняты потребителем, а равно не доводятся

для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель не получает

предусмотренную Законом о рекламе информацию и вводится в заблуждение относительно

предлагаемой услуги.

Таким образом, при распространении рекламы «Высокая ставка по вкладам 13 %», выявлен факт нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе Закона о

рекламе.

Согласно статье 5 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (далее - Закон о банках и банковской деятельности) привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады относится

к банковским операциям.

Согласно пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых 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.

Статья 30 Закона о банках и банковской деятельности указывает, что отношения между кредитными организациями и их клиентами осуществляются на основе договоров, которые должны содержать данные о процентных ставках по кредитам и

вкладам (депозитам), стоимости банковских услуг и сроках их выполнения, в том

числе сроках обработки платежных документов, об имущественной ответственности сторон за нарушения договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, а также сведения о порядке расторжения договора и другие существенные условия. Согласно частям 1-3 статьи 834 Гражданского Кодекса Российской Федерации (далее — ГК РФ) по договору банковского вклада (депозита) одна сторона (банк), принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму (вклад), обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты на нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором. Договор банковского вклада, в котором вкладчиком является гражданин, признается публичным договором (статья 426 ГК РФ). К отношениям банка и вкладчика по счету, на который внесен вклад, применяются правила о договоре банковского счета (глава 45 ГК РФ), если иное не предусмотрено правилами настоящей главы или не вытекает из существа договора банковского вклада.

4

Таким образом, информация о следующих условиях вклада: срок вклада, сумма вклада, первоначальный взнос, размер процентной ставки при досрочном истребовании денежных средств, возможность пополнения вклада, — является существенной информацией, влияющей на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся рекламируемым вкладом лица. Как установлено Комиссией Московского УФАС России ранее, в силу способа и манеры размещения информации, до потребителя доводится информация только об одном из условий оказания банковских услуг — максимальном размере процентной ставки, иные условия влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица фактически потребителем восприняты быть не могут.

Таким образом, при распространении рекламы банковских услуг «Высокая ставка по вкладам 13 %» установлен факт нарушения пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

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

Таким образом, реклама банковских услуг «Высокая ставка по вкладам 13 %», содержащая признаки нарушения пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

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

Установлено что спорная реклама размещалась на основании последовательно

заключенных договоров: Дополнительного соглашения № 30 от 01.11.2014 (далее — Соглашение 1) к Агентскому договору № МСВ1-ОМД/12-13 от 15.11.2013 (далее — Договор 1), заключенного между ОАО «Московский кредитный банк» и ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН»; Договора № ООНО1/01-07, заключенного между ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН» и ЗАО «Код оф трейд»; Договора № 994/ГС-11 от 20.12.2010, заключенного между ЗАО «Код оф трейд» и ООО «Гэллэри Сервис».

Согласно пункту 1 Договора 1, ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН» принимает на себя обязательства оказать услуги, связанные с осуществлением рекламных компаний

в отношении товарного знака «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК».

Согласно пункту 1 Соглашения 1, ОАО «Московский кредитный банк» поручает, а ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН» обязуется от своего имени, за счет и по поручению ОАО «Московский кредитный банк» заключать договора с третьими лицами на производство и размещение рекламы клиента под товарным знаком ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» на средствах наружной рекламы.

При этом, в соответствии с пунктом 2.4 Договора 1, под рекламой понимаются предоставленные ОАО «Московский кредитный банк» материалы рекламного характера, направленные на привлечения к объекту рекламирования, формирование

или поддержание интереса и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 Соглашения 1, производство представляет собой печать рекламных материалов в соответствии с оригинал-макетами, предоставленными ОАО «Московский кредитный банк» для размещения.

Согласно пункту 14.4 Договора 1, ОАО «Московский кредитный банк» гарантирует, что предоставленные им материалов в порядке, предусмотренным 5

Договором, а также реклама соответствует требованиям действующего законодательства о рекламе.

На основании изложенного, учитывая, что реклама распространялась в интересах ОАО «Московский кредитный банк», Комиссия Московского УФАС России

приходит к выводу о том, что лицом, определившим содержание спорной рекламы, а

равно ее рекламодателем, является ОАО «Московский кредитный банк».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Таким образом, с учетом приведенных выше обстоятельств, при распространении рекламы банковских услуг «Высокая ставка по вкладам 13 %» установлен факт нарушения

ОАО «Московский кредитный банк» части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе .

Согласно пояснениям представителей ОАО «Московский кредитный банк», Договор 1, на основании которого распространялась спорная реклама, на момент рассмотрения дела является действующим.

ОАО «Московский кредитный банк», ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН», ЗАО «Код оф трейд», ООО «Гэллэри Сервис» не представлены материалы, документально подтверждающие прекращение распространения рекламы, содержащей признаки нарушения 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.

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 ОАО «Московский кредитный банк», ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН», ЗАО «Код оф трейд», ООО «Гэллэри Сервис» 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, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу банковских услуг «Высокая ставка по вкладам 13 %», распространенную посредством рекламной конструкции, расположенной по адресу:

г. Москва, ул. Лобачевского, д.37 (4 оп. до пересечения с Мичуринским пр-том), ненадлежащей в связи с нарушением требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2

6 статьи 28 Закона о рекламе.

2. Выдать ОАО «Московский кредитный банк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ЗАО «ОМД МЕДИА ДИРЕКШН» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Выдать ЗАО «Код оф трейд» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

5. Выдать ООО «Гэллэри Сервис» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

6. Передать 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 сроков привлечения к административной ответственности.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса

Российской
Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.
Председатель Комиссии (.....)
Члены Комиссии (.....)
(.....)
Исполнитель: (.....), тел. 8 (495) 784-75-05
7