

ЗАО «Торговый дом
«ПЕРЕКРЕСТОК»

103473, г. Москва,
Суворовская пл., д. 1

109029, г. Москва,
ул. Средняя Калитниковская,
д. 28, стр. 4

ООО «Европлан Клуб»

127051, г. Москва,
Малая Сухаревская пл., д. 12

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «25» июня 2015 г.
В полном объеме решение изготовлено «09» июля 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 – (.....),

членов Комиссии –(.....), (.....),

рассмотрев дело № 3-28-99/77-15 в отношении ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» (местонахождение: 103473, г. Москва, ул. Суворовская, д. 1), ООО «Европлан Клуб» (местонахождение: 127051, г. Москва, Малая Сухаревская пл., д. 12) по факту распространения рекламы бонусной программы «Клуб Перекресток» и «Европлан Банк», с признаками нарушения части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Европлан Клуб» в лице (.....) (по доверенности);

в отсутствие представителя ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» (надлежащим образом уведомлено),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-28-99/77-15 возбуждено Московским УФАС России 07.05.2015 на основании заявления физического лица по факту распространения рекламы бонусной программы «Клуб Перекресток» и «Европлан Банк», в том числе, следующего содержания:

«Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35% и получите 10% баллами Клуба Перекресток», распространенной с помощью кассовых чеков в магазинах ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК».

В указанной рекламе усматриваются признаки нарушения части 1 статьи 28 Закона о рекламе, выразившегося в неполном указании наименования юридического лица, оказывающего предлагаемые услуги; пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, выразившегося в отсутствии в рекламе финансовых услуг, сообщающей об условиях оказания данных услуг, иных условий оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица.

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

ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» (местонахождение: 103473, г. Москва, ул. Суворовская, д. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным номером 1027700034493, ИНН 7728029110.

ООО «Европлан Клуб» (местонахождение: 127051, г. Москва, Малая Сухаревская пл., д. 12) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным номером 1137746221470, ИНН 7702810898.

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).

В 2014 году в целях повышения привлекательности Программ лояльности ЕВРОПЛАН КЛУБ, Программ Перекресток и Программы ОСОБОЕ ОТНОШЕНИЕ для участников программ лояльности и расширения возможностей участников данных программ проводилась совместная акция между ООО «Европлан Клуб» и ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК», на основании Дополнительного соглашения № 3 к Соглашению о сотрудничестве в развитии корпоративных программ от 01.10.2013. Реклама доводилась путем размещения информации на сайте бонусной программы «Клуб Перекресток» по адресу perekrestok.x5club.ru, путем адресной рассылки по электронной почте, а также путем распространения информации на кассовых чеках в сети магазинов «Перекресток» г. Москвы.

Рассматриваемая реклама содержит сведения о финансовой услуге (вкладе) (*Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35 %*), оказываемой АО «Европлан Банком», а также информацию о предоставляемых баллах ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» (... и получите 10% баллами Клуба Перекресток). Целью указанной информации является привлечение внимания потребителей к АО «Европлан Банк», ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» и предоставляемым ими услугам.

Указанная реклама распространена неопределенному кругу лиц среди покупателей ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК».

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 среди покупателей сети магазинов «Перекресток», в том числе г. Москвы и адресована неопределенному кругу лиц, следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод Комиссии Московского УФАС России в полной мере подтверждается письменными пояснениями в материалах дела и не оспаривается сторонами по делу.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Закон о рекламе не содержит понятия финансовой услуги, между тем указанное понятие содержится в Федеральном законе от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите

конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции).

Так, в соответствии с пунктом 2 статьи 4 Закона о защите конкуренции, под финансовой услугой понимается 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 с пунктом 6 статьи 4 Закона о защите конкуренции, финансовой организацией является хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги.

Таким образом, деятельность финансовых организаций, связанная с вкладами, является финансовой услугой.

Как следует из материалов дела, АО «Европлан Банк» (лицензия ЦБ РФ № 3052 от 20.10.2014, ОГРН 1027739538694) и ООО «Европлан Клуб» осуществляют сотрудничество в целях возможного участия и реализации программ лояльности, а также бонусных и иных программ, направленных на привлечение новых и укрепление отношений с действующими клиентами. В рамках данного сотрудничества ООО «Европлан Клуб» осуществляет взаимодействие с потенциальными и действующими партнерами, предусматривающее в том числе последующее информационное взаимодействие с клиентами в целях программ лояльности, а также бонусных и иных программ.

Согласно Соглашению о сотрудничестве в развитии корпоративных программ от 01.10.2013, заключенного между ООО «Европлан Клуб» и ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК», банком программы «ЕВРОПЛАН АВТОКЛУБ» являлся АО «Европлан Банк», в котром происходило размещение денежных средств.

Таким образом, рассматриваемая реклама АО «Европлан Банк», содержащая информацию о вкладе, является рекламой финансовых услуг, а следовательно, должна содержать наименование лица.

В соответствии с пунктом 2 статьей 1473 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее — ГК РФ), фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Рассматриваемая реклама содержит обозначение «Европлан Банк» без указания на организационно-правовую форму лица.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе наименование юридического лица в понимании статьи 1473 ГК РФ отсутствует.

Резюмируя изложенное, при распространении рекламы финансовых услуг «Европлан Банк» выявлено нарушение части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

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 получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно части 2 статьи 30 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» в договоре должны быть указаны процентные ставки по кредитам и вкладам (депозитам), стоимость банковских услуг и сроки их выполнения, в том числе сроки обработки платежных документов, имущественная

ответственность сторон за нарушения договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, а также порядок его расторжения и другие существенные условия договора.

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.

Между тем, информация о следующих условиях вклада: валюта 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 получат воспользовавшиеся рекламируемым вкладом лица.

Рассматриваемая реклама содержала, в том числе, следующую информацию: *«Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35%...»*.

Согласно представленным в материалы дела документам и сведениям АО «Европлан Банк», Комиссией Московского УФАС России установлено, что процентная ставка по депозиту «Вклад по Европлану» составляет 10%, 10,6%, 11,35%.

Таким образом, в рекламе вклада *«Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35%...»* указано условие, влияющие на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся рекламируемой услугой лица, а именно, указана максимальная процентная ставка для вклада в рублях: «11,35%». Информация о наличии иных, меньших возможных ставок и их размер в рекламе не указаны.

Учитывая изложенное, в рекламе *«Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35%...»* установлен факт нарушения пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, выразившегося в отсутствии в рекламе финансовых услуг, сообщающей об условиях оказания данных услуг, иных условий оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица.

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

Таким образом, реклама *«Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35%...»* распространяемая ООО «Европлан Клуб» и ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» с нарушением требований части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, признана Комиссией Московского УФАС России ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 1, пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламоделец.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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 признающим ее рекламодателем, является ООО «Европлан Клуб». Сторонами по делу не оспаривается.

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.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя. Комиссией Московского УФАС России установлено, что ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» размещало рекламу на кассовых чеках в магазинах ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК». Таким образом, ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» является рекламодателем рассматриваемой рекламы, что стороной по делу не оспаривается.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России считает установленным нарушение ООО «Европлан Клуб» части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» части 1 статьи 28 Закона о рекламе при распространении рекламы «*Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35%...*».

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

ООО «Европлан Клуб», ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» в материалы дела не представлены материалы, документально подтверждающие прекращение распространения рассматриваемой рекламы на кассовых чеках в магазинах ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» 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 ООО «Европлан Клуб», ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссией Московского УФАС России также установлено, что реклама «Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35% и получите 10% баллами Клуба Перекресток», распространенная с помощью кассовых чеков в магазинах ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК», содержит информацию о начислении баллов Клуба Перекресток.

Согласно представленным в материалы дела письменным пояснениям установлено, что за информацию в рекламе «...и получите 10% баллами Клуба Перекресток» несет ответственность ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК».

С 12.09.2014 стартовала акция «Откройте вклад по Европлану и получите выгоду в кубе». Внесение участником программы КЛУБ ПЕРЕКРЕСТОК средств во вклад Банка Программы ЕВРОПЛАН АВТОКЛУБ (АО «Европлан Банк») под процентную ставку и на условиях, указанных в макетах информационных материалов, предоставленных ООО «Европлан Клуб» в адрес ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК», приводит к получению баллов в количестве 10% от цифры внесенного вклада. В соответствии с условиями данной акции для получения 10% баллами необходимо указать номер карты КЛУБА ПЕРЕКРЕСТОК при заполнении заявки на вклад в специальном поле «Промо-код».

Баллы за размещение Вклада по Европлану начисляются на карту КЛУБА ПЕРЕКРЕСТОК. Баллы начисляются исходя из первоначальной суммы, внесенной на вклад. Начисление на Карту Участника Программы КЛУБ ПЕРЕКРЕСТОК 10% в баллах от вклада соответствует правилам, предусмотренным на сайте perekrestok.x5club.ru, что соответствует базовому правилу «Вы получаете баллы за покупку в сети Перекресток по курсу 1 балл за каждые полные 10 рублей (базовое правило)» (правило применяется и к покупкам в сети).

Из 44 главы Гражданского кодекса Российской Федерации следует, что банковский вклад (банковский депозит) — сумма денег, переданная лицом кредитному учреждению с целью получить доход в виде процентов, образующихся в ходе финансовых операций с вкладом.

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», оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Комиссией Московского УФАС России реклама оценивается с точки зрения потребителя, не обладающего знанием того, что указанные в рекламе сведения о начислении 10% баллов могут отличаться от заявленных или что для получения полного представления об условиях начисления баллов нужно ознакомиться с дополнительной информацией, поскольку в рекламе не указано на возможные отличия или на необходимость уточнять информацию о начислении баллов дополнительно.

При этом, учитывая положения Закона о рекламе, обязывающего рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей размещать достоверную рекламу, содержащую все существенные для потребителя условия, во избежание введения потребителя в заблуждение, у потребителя отсутствует обязанность знать (узнавать) о практике торговых сетей не указывать в рекламе существенную для потребителя информацию и проявлять подозрительность к любым рекламным акциям, выясняя, действительно ли условия предоставления скидок

соответствуют содержанию рекламы.

Кроме того, наличие у потребителей рекламы потенциальной возможности получить необходимую информацию, обратившись к дополнительным источникам (к рекламодателю по телефону, приведенному в рекламе, или при посещении его интернет-сайта) не освобождает рекламодателя от исполнения предусмотренной Законом о рекламе обязанности указывать в рекламе такую информацию.

Учитывая вышеизложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что согласно рекламе *«Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35% и получите 10% баллами Клуба Перекресток»* начисление баллов должно было осуществляться в количестве покрывающем 10% суммы вклада в денежном эквиваленте, что не соответствует 10% (в количественном показателе) баллов от суммы вклада.

Данный вывод подтверждается материалами дела, а именно: вклад был открыт на сумму 250225 рублей, за участие в акции были начислены бонусные баллы программы «КЛУБ ПЕРЕКРЕСТОК» на сумму, эквивалентную 2502,3 рубля, что в 10 раз менее заявленного в рекламном объявлении.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России принято решение о рассмотрении указанной рекламы также на предмет наличия признаков нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в размещении недостоверной рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Учитывая вышеописанные факты, в целях всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела Комиссией Московского УФАС России принято решение о необходимости выделения из дела № 3-28-99/77-15 в отдельное производство дело по признакам нарушения ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в размещении недостоверной рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, части 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 17.08.2006 № 508, Комиссия Московского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать распространяемую ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК», ООО «Европлан Клуб» рекламу *«Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35% и получите 10% баллами Клуба Перекресток»*, распространенной с помощью кассовых чеков в магазинах ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК», ненадлежащей в связи с нарушением требований части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

2. Выдать ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК», ООО «Европлан Клуб» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. 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.

4. Выделить из дела № 3-28-99/77-15 в отдельное производство дело по признакам нарушения ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе *«Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35% и получите 10% баллами Клуба Перекресток»*, размещенной на кассовых чеках в магазинах ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК»

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.

Председатель Комиссии

(.....)

Члены Комиссии

(.....)

(.....)