



ПЕРВЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД

Березина ул., д. 4, г. Владимир, 600017
<http://1aas.arbitr.ru>, тел/факс (4922) 44-76-65, 44-73-10

П О С Т А Н О В Л Е Н И Е

г. Владимир

24 марта 2014 года

Дело № А79-7283/2013

Резолютивная часть постановления объявлена 17.03.2014.
Постановление в полном объеме изготовлено 24.03.2014.

Первый арбитражный апелляционный суд в составе:
председательствующего судьи Захаровой Т.А.,
судей Смирновой И.А., Урлекова В.Н.,
при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Рышковой Я.И.,
рассмотрел в открытом судебном заседании апелляционную жалобу
закрытого акционерного общества «Банк Русский Стандарт» (105487,
г.Москва, ул. Тацкая, д. 36; ИНН 7707056547, ОГРН 1027739210630)
на решение Арбитражного суда Чувашской Республики-Чувашии от
03.12.2013
по делу № А79-7283/2013,
принятое судьей Афанасьевым А.А.
по заявлению закрытого акционерного общества «Банк Русский Стандарт»
о признании незаконным решения Управления Федеральной
антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии от
19.06.2013 по делу № 16-Р-2013.

при участии в судебном заседании представителей:
закрытого акционерного общества «Банк Русский Стандарт» - Гундоровой
Е.Ю. по доверенности от 20.08.2013 № 1857 сроком действия до 20.08.2014,

и установил:

закрытое акционерное общество «Банк Русский Стандарт» (далее –
ЗАО «Банк русский Стандарт», Банк) обратилось в Арбитражный суд
Чувашской Республики-Чувашии с заявлением о признании незаконным
решения Управления Федеральной антимонопольной службы по

Чувашской Республике-Чувашии (далее – Управление, антимонопольный орган) от 19.06.2013 № 16-Р-2013.

К участию в деле в качестве третьих лиц, не заявляющих самостоятельных требований относительно предмета спора, привлечены ООО «Шупашкартранс - К», ООО «АПР-Сити/ТВД», ЗАО «Пи Эйч Ди», ООО «Гринфокс АГ», ООО «Аутдор Маркетинг», ООО «Код Оф Трейд».

Решением Арбитражного суда Чувашской Республики-Чувашии от 03.12.2013 в удовлетворении заявленных требований отказано.

Не согласившись с принятым судебным актом, ЗАО «Банк русский Стандарт» обратилось в Первый арбитражный апелляционный суд с апелляционной жалобой, в которой просит решение суда первой инстанции отменить и принять по делу новый судебный акт.

В обоснование апелляционной жалобы заявитель указывает на неполное выяснение обстоятельств, имеющих значение для дела, недоказанность имеющих значение для дела обстоятельств, которые суд посчитал установленными, нарушение и неправильное применение норм материального права.

По мнению Банка, Управление допустило нарушение процессуальных требований при проведении проверки и не доказало факт размещения ЗАО «Банк русский Стандарт» рекламы, не соответствующей действующему законодательству.

В судебном заседании представитель ЗАО «Банк русский Стандарт» поддержал доводы апелляционной жалобы, настаивал на ее удовлетворении.

Управление в отзыве на апелляционную жалобу указывает на законность и обоснованность обжалуемого судебного акта, просит оставить его без изменения.

Управление, ООО «Шупашкартранс - К», ООО «АПР-Сити/ТВД», ЗАО «Пи Эйч Ди», ООО «Гринфокс АГ», ООО «Аутдор Маркетинг», ООО «Код Оф Трейд» о дате, времени и месте судебного заседания, извещены надлежащим образом, в том числе публично путем размещения информации о дате, времени и месте судебного заседания на сайте Первого арбитражного апелляционного суда, представителей в судебное заседание не направили.

В соответствии со статьями 123, 156, 266 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации дело рассмотрено в отсутствие неявившихся представителей лиц, участвующих в деле.

Законность принятого судебного акта, правильность применения судом норм материального и процессуального права проверены Первым арбитражным апелляционным судом в порядке, установленном статьями 257-261, 266-271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Установлено по делу, что 28.11.2012 в антимонопольный орган поступило заявление ООО «Шупашкартранс - К» № 4-1-707 о нарушении

законодательства о рекламе.

В целях проверки поступившей информации, на основании определения от 22.02.2013 Управление возбудило дело № 16-Р-2013 по признакам нарушения антимонопольного законодательства.

Управление выявило, что на щитовой рекламной конструкции, установленной по проспекту Никольского (слева по ходу движения транспорта от кольца «Роща» в сторону ул. Зои Космодемьянской) в г.Чебоксары размещена реклама следующего содержания: «Оформи карту - Выиграй квартиру!» и сотни призов. Русский Стандарт Банк www.rsb.ru, 8 800 200 208».

В нижней части рекламной площади размещалась информация, выполненная мелким шрифтом «ЗАО «Банк Русский Стандарт». Генеральная лицензия Банка № 2289 от 19 июля 2001 года. В розыгрыше принимают участие расходные операции, совершенные за счёт кредитных средств. Организатор акции «Призы твоей мечты - 2» - ООО «Гринфокс АГ». Акция с ноября 2012 года по 28 декабря 2012 для клиентов - держателей кредитных карт Банка Русский Стандарт. Ограничений указанных в правилах акции «Призы твоей мечты», сроками, местом, количеством и порядком выдачи призов можно ознакомиться на сайте www.rsb.ru, по телефону 8 800 200 6 208».

По результатам рассмотрения материалов дела комиссия антимонопольного органа вынесла решение от 19.06.2013 по делу № 16-Р-2013, которым признала в действиях ЗАО «Банк Русский Стандарт» нарушение части 7 статьи 5, статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», что выразилось в распространении ненадлежащей рекламы.

Не согласившись с принятым решением, Банк обратился в арбитражный суд с настоящим заявлением о признании его незаконным.

Отказывая в удовлетворении заявленных требований, суд первой инстанции руководствовался статьями 2, 4, 65, 198, 199, 200, 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, положениями Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и исходил из того, что антимонопольный орган доказал законность и обоснованность оспариваемого решения.

Проверив в пределах, установленных статьей 268 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, соответствие выводов, содержащихся в обжалуемом судебном акте, имеющимся в материалах дела доказательствам, правильность применения арбитражным судом первой инстанции норм материального права и соблюдения норм процессуального права, суд апелляционной инстанции приходит к следующему.

В соответствии со статьей 123 Конституции Российской Федерации, статьями 7, 8, 9 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации судопроизводство осуществляется на основе состязательности и равноправия сторон.

Согласно статье 65 Арбитражного процессуального кодекса

Российской Федерации каждое лицо, участвующее в деле, должно доказать обстоятельства, на которые оно ссылается, как на основания своих требований и возражений. Обязанность доказывания обстоятельств, послуживших основанием для принятия государственными органами, органами местного самоуправления, иными органами, должностными лицами оспариваемых актов, решений, совершения действий (бездействия), возлагается на соответствующий орган или должностное лицо.

Согласно статье 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, граждане, организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц, если полагают, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение и действие (бездействие) не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают их права и законные интересы в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, незаконно возлагают на них какие-либо обязанности, создают иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности.

Таким образом, для признания ненормативного правового акта, решения, действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц незаконными суд должен установить наличие совокупности двух условий:

несоответствие ненормативного правового акта, решения, действия (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц закону или иному нормативному правовому акту;

нарушение ненормативным правовым актом, решением, действием (бездействием) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц прав и законных интересов заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Согласно части 4 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации при рассмотрении дел об оспаривании ненормативных правовых актов, решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц арбитражный суд в судебном заседании осуществляет проверку оспариваемого акта или его отдельных положений, оспариваемых решений и действий (бездействия) и устанавливает их соответствие закону или иному нормативному правовому акту, устанавливает наличие полномочий у органа или лица, которые приняли оспариваемый акт, решение или совершили оспариваемые действия (бездействие), а также устанавливает, нарушают ли оспариваемый акт, решение и действия (бездействие) права и

законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 № 331 «Об утверждении Положения о Федеральной антимонопольной службе» Федеральная антимонопольная служба является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов и контролю за соблюдением антимонопольного законодательства, законодательства в сфере деятельности субъектов естественных монополий (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа), рекламы, а также по контролю в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных государственных нужд (за исключением полномочий по контролю в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг по государственному оборонному заказу, а также в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных государственных нужд, не относящихся к государственному оборонному заказу, сведения о которых составляют государственную тайну).

Федеральная антимонопольная служба осуществляет свою деятельность непосредственно и через свои территориальные органы во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, общественными объединениями и иными организациями.

Федеральная антимонопольная служба и ее территориальные органы возбуждает и рассматривает дела о нарушениях антимонопольного законодательства и законодательства о рекламе (пункт 5.3.10. Положения).

В соответствии с положениями статей 33 и 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) антимонопольный орган в пределах своих полномочий возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные Федеральным законом.

Антимонопольный орган по собственной инициативе, представлению прокурора, обращениям органов государственной власти или органов местного самоуправления, а также по заявлениям физических или юридических лиц возбуждает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - это 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; объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваемой без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Согласно статье 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (часть 1).

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе установлено, что 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.

В соответствии со статьёй 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара должны быть указаны:

1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Информация о сроках проведения акции и источнике информации о правилах проведения стимулирующего мероприятия совместно с информацией о том, что количество товаров, участвующих в акции, ограничено, указаны мелким шрифтом в нижней части рекламы и нераспознаваемы без специальных приспособлений.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий,

напечатанных мелким, нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, не может рассматриваться как их наличие, поскольку может ввести потребителей рекламы в заблуждение относительно ряда условий.

Осуществляя проверочные мероприятия, Управление установило, что в рекламной информации ЗАО «Банк «Русский стандарт» отражены только привлекательные для потенциального потребителя рекламы условия. Другие условия, сформированные рекламой и являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, присутствовали, однако форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями.

Таким образом, реклама стимулирующего мероприятия ЗАО «Банк «Русский Стандарт» «Оформи карту - Выиграй квартиру» содержит информацию, которая изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем, что является нарушением части 7 статьи 5, статьи 9 закона о рекламе.

Из материалов дела следует, что 27.03.2012 ЗАО «Банк «Русский Стандарт» (принципал) и ЗАО «Пи Эйч Ди» (агент) заключили договор № BRS-PHD/03-12, согласно пункту 1.1 которого агент от своего имени, но за счет и в интересах принципала, обязуется проводить переговоры с представителями средств массовой информации, другими юридическими лицами, осуществлять юридически значимые и иные действия, которые будут иметь своим предметом разработку рекламных компаний, производство, распространение и размещение на рынке Российской Федерации.

Согласно пункту 2.3 договора от 27.03.2012 № BRS-PHD/03-12 утвержденные (подписанные) принципалом сделки оформляются как приложения к настоящему договору и дополнения к приложениям, включающие в себя все необходимые условия сделки и планы рекламной компании.

Во исполнение пункта 2.3 договора от 27.03.2012 № BRS-PHD/03-12 Банк и ЗАО «Пи Эйч Ди» заключили дополнение № 1 к приложению № 100 к договору от 27.03.2012 № BRS-PHD/03-12, в котором была согласована адресная программа размещения рекламно-информационных материалов по акции «Подарки твоей мечты-2».

Как установил суд первой инстанции, среди согласованных адресов размещения отсутствует адрес рекламной конструкции, установленной по проспекту Никольского (слева по ходу движения транспорта от кольца «Роща» в сторону ул. Зои Космодемьянской) в г.Чебоксары.

В соответствии с приложением № 100 к договору от 27.03.2012 № BRS-PHD/03-12 изготовление рекламных материалов осуществляется на основе дизайн-макетов, полученных от ЗАО «Банк «Русский Стандарт».

Из материалов дела следует, что самостоятельная доработка, внесение

изменений, корректировок, определение содержания рекламных макетов со стороны ЗАО «Пи Эйч Ди», как по условиям договора, так и фактически, не осуществлялись.

В соответствии с поручением ЗАО «Банк «Русский Стандарт» (принципал), предусмотренным приложением № 100, ЗАО «Пи Эйч Ди» (агент) 01.01.2007 заключило с ЗАО «Код оф Трейд» (третье лицо) договор № ООНО2/01-07, приложение № 13-СТР-BRS-369 от 31.10.2012 и адресную программу к приложению, с целью обеспечения оказания услуг по производству и размещению рекламы принципала (ЗАО «Банк Русский Стандарт»).

Во исполнение условий договора от 01.01.2007 № ООНО2/01-07 ЗАО «Код оф Трейд» обеспечило размещение в г.Чебоксары рекламных материалов ЗАО «Банк «Русский Стандарт» в период с 01.11.2012 по 31.11.2012 согласно адресной программе.

По результатам оказания услуг между ЗАО «Пи Эйч Ди» и ЗАО «Код оф Трейд» подписали акт сдачи-приемки от 30.11.2012 № 17А1 2061 49.

Суд первой инстанции установил, что какие-либо договоры с иными лицами с целью размещения рекламы в г. Чебоксары ЗАО «Пи Эйч Ди» не заключало.

Согласно пункту 3.2 договора от 27.03.2012 № BRS-PHD|03-12 полную ответственность за соответствие законодательству Российской Федерации предоставляемых сведений, информации, исходных творческих и иных материалов по договору несет принципал (ЗАО «Банк «Русский Стандарт»).

Из представленного в материалы дела письма ООО «АПР-Сити/ТВД» (рекламораспространитель) от 08.04.2013 следует, что на рассматриваемой щитовой конструкции, установленной по пр.Никольского (слева по ходу движения транспорта от кольца «Роцца» в сторону ул. Зои Космодемьянской) в г.Чебоксары адрес рекламной конструкции отсутствует.

Данная конструкция значится по адресу г.Чебоксары ул.Ю.Фучика/Московский пр., д. 49, который был присвоен месту размещения рекламной конструкции по первичным разрешительным документам на установку рекламной конструкции и в базах юридического лица не менялся.

Согласно письму администрации г.Чебоксары от 04.06.2013 № 6010 рассматриваемая щитовая конструкция, принадлежащая ООО «АПР-Сити/ТВД», находится в г.Чебоксары по пр. Никольского, у больницы скорой медицинской помощи, то есть рядом с транспортным кольцом «Роцца».

При изложенных обстоятельствах суд первой инстанции правомерно признал несостоятельным довод ЗАО «Банк Русский Стандарт» о том, что антимонопольный орган документально не доказал факт размещения на указанной щитовой конструкции рекламы, а информация ООО «АПР-

Сити/ТВД» об адресе рекламной щитовой конструкции, на которой была размещена спорная реклама, поскольку письмо администрации г.Чебоксары от 04.06.2013 № 6010 опровергает правомерность позиции Банка, так как ООО «АПР-Сити/ТВД» является владельцем данной рекламной конструкции и может обладать информацией об адресе названной рекламной конструкции.

Таким образом, ЗАО «Банк Русский Стандарт» является рекламодателем рассматриваемой рекламной информации, размещенной на щитовой рекламной конструкции, установленной по проспекту Никольского (слева по ходу движения транспорта от кольца «Роща» в сторону ул. Зои Космодемьянской) г.Чебоксары.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных в части 7 статьи 5, статье 9 Закона о рекламе, несёт рекламодатель, то есть ЗАО «Банк «Русский Стандарт».

Позицию Банка о том, что текст рассматриваемой рекламы содержит все необходимые сведения, поскольку размещение на рекламном щите части сведений мелким шрифтом не является нарушением закона, суд первой инстанции рассмотрел и обоснованно признал несостоятельной.

Рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться рекламируемой услугой, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Следовательно, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации об услуге приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами.

Совокупность обстоятельств размещения рекламы, таких как месторасположение, ограниченное время считывания информации, размер шрифта, которым написаны существенные условия предоставления кредита, не позволяют потребителям прочесть информацию об условиях кредита, тем самым вводит последних в заблуждение относительно условий их предоставления.

Информация об условиях участия в акции, определяющих количество и порядок выдачи призов, контактом телефоне не была доведена до потребителя надлежащим образом, в связи с чем потребитель вводился в заблуждение в отношении предлагаемой услуги.

При этом, несмотря на формальное наличие в наружной рекламе некоторых условий участия в акции, форма предоставления иных существенных сведений такова, что они не доступны для восприятия потребителя и вводят его в заблуждение.

В пункте 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда

Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, если в рекламе 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 потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

Всесторонне и полно исследовав обстоятельства, имеющие значение для дела, оценив представленные в материалы дела доказательства по правилам статьи 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, применив нормы материального права, суд первой инстанции пришел к обоснованному выводу о том, что распространенная ЗАО «Банк русский Стандарт» реклама не соответствует требованиям части 7 статьи 5 и статьи 9 Закона о рекламе, поскольку в полном объеме не доводит до сведения потребителя всю существенную информацию и искажает достоверность рекламируемой услуги.

При таких обстоятельствах у антимонопольного органа имелись основания для принятия решения от 19.06.2013 № 16-Р-2013 о признании ненадлежащей распространенной Банком рекламы акции.

Суд апелляционной инстанции приходит к аналогичному итоговому выводу о том, что оспариваемое решение принято уполномоченным органом, соответствует Федеральному закону 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и не нарушает права и законные интересы Банка в сфере предпринимательской деятельности, что в соответствии с частью 3 статьи 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации влечет отказ в удовлетворении требований.

Предусмотренные статьей 270 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации основания к отмене или изменению решения суда первой инстанции в данном случае отсутствуют.

Нарушений норм процессуального права, являющихся в силу части 4 статьи 270 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в любом случае основаниями для отмены судебного акта, судом не допущено.

Все приведенные Банком доводы рассмотрены судом первой инстанции и правильно признаны несостоятельными, противоречащими обстоятельствам дела и представленным в материалы дела доказательствам.

Оснований для признания обоснованными их не находит и суд апелляционной инстанции.

По результатам рассмотрения апелляционной жалобы Первый арбитражный апелляционный суд пришел к выводу о том, что решение

Арбитражного суда Чувашской Республики-Чувашии от 03.12.2013 по делу № А79-7283/2013 на основании пункта 1 части 1 статьи 269 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации подлежит оставлению без изменения.

В соответствии со статьей 110 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации расходы по государственной пошлине за подачу апелляционной жалобы суд относит на ее заявителя.

Руководствуясь статьями 266 – 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Первый арбитражный апелляционный суд

П О С Т А Н О В И Л :

решение Арбитражного суда Чувашской Республики-Чувашии от 03.12.2013 по делу № А79-7283/2013 оставить без изменения, апелляционную жалобу закрытого акционерного общества «Банк Русский Стандарт» – без удовлетворения.

Постановление вступает в законную силу со дня его принятия.

Постановление может быть обжаловано в Федеральный арбитражный суд Волго-Вятского округа в двухмесячный срок со дня его принятия.

Председательствующий судья

Т.А. Захарова

Судьи

И.А. Смирнова

В.Н. Урлеков