

Решение по делу №08-155/2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

Исх. №ИП-08/11724 от 23.08.2016

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее также Управление, Татарстанское УФАС России) по рассмотрению дела о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии <...> – (...);

Члены Комиссии <...> – (...);
<...> – (...),

рассмотрев дело №08-155/2016 в отношении ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие» (119021, г. Москва, ул. Т. Фрунзе, д. 11, корпус (стр.) 13; ИНН 8601000666, дата регистрации в качестве юр. лица: 14.08.2002г.; Офис «Казанский» филиала «Саратовский»: 420111, РТ, г. Казань, ул. Московская, д. 2А) по факту распространения рекламных буклетов ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие» (далее также Банк, ответчик) с недостоверной информацией об условиях оформления, привилегиях пользования банковской картой Master Card World тариф Оптимальный, которое содержит признаки нарушения пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии:

- представителя ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие» по доверенности <...> (Доверенность №Д15-1598 от 02.11.2015г.),

Установила

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее также Управление, Татарстанское УФАС России) на рассмотрение поступило обращение (Вх. №893/ж от 01.06.2016г.) по факту распространения рекламных буклетов ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие» (далее – Банк) с недостоверной информацией об условиях оформления, привилегиях пользования банковской картой Master Card World тариф Оптимальный, а именно о предоставлении держателю карты в рамках тарифного плана Оптимальный услугу страхования при выезде за рубеж. Согласно обращению гражданина им была оформлена банковская карта типа PayPass Master Card World тариф: Оптимальный Travel. Решение оформить именно этот продукт Банка, гражданином было принято на основании информации, содержащейся на сайте Банка и в рекламных буклетах, которые были ранее получены гражданином.

Исходя из рекламной информации карта Travel (карта для отпуска), в рамках тарифного плана Оптимальный, обеспечивает своему держателю услугу страхования при выезде за рубеж. Именно это условие стало определяющим для заявителя при выборе банковской карты и тарифа. Однако после получения карты сотрудник Банка отказал заявителю в выдаче страхового полиса (сертификата).

Данная реклама имеет признаки нарушения пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе). Согласно письменным пояснениям и документам, направленным ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие» в ответ на запрос информации Управления (Вх. № 7325 от 04.07.2016г.), застрахованными лицами признаются лица в возрасте до 65 лет, являющиеся гражданами РФ; иностранные граждане, постоянно проживающие в РФ или лица без гражданства, имена которых включены в заявление на страхование и страховой полис, имущественные интересы которых являются объектами страхования по договору страхования между страхователем и страховщиком. Заявитель является <...> года рождения (... лет), следовательно, не может быть застрахованным лицом в силу условий п. 2.4 Правил страхования медицинских и иных расходов граждан, выезжающих за рубеж. Однако Управлением установлено, что в распространяемой рекламе не указаны возрастные ограничения, предъявляемые к застрахованному лицу. Далее в решении представлены изображения рекламного буклета Банка:

В связи с указанными обстоятельствами Татарстанским УФАС России было возбуждено настоящее дело.

ФАС России письмом от 28 июля 2016г. (Исх. № АК/51668/16; Вх. № 8375 от 29.07.2016г.), на основании п. 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, наделил Татарстанское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие» (ИНН 8601000666, дата регистрации в качестве юр. лица: 14.08.2002г.) по факту распространения рекламных буклетов ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие» с недостоверной информацией об условиях оформления, привилегиях пользования банковской картой Master Card World тариф Оптимальный.

В ходе рассмотрения дела №08-155/2016, возбужденного по признакам нарушения законодательства о рекламе, заявитель по делу – гражданин <...> направил в Управление свои пояснения (Вх. № 8547 от 02.08.2016г.), исходя из которых следует, что сотрудник Банка отказал гражданину в выдаче страхового полиса (сертификата), сославшись на то, что возраст гражданина не подходит по требованиям Правил страхования. Однако в рекламе банковской карты возрастные ограничения не указаны. Также <...> к пояснениям приложил рекламный буклет Банка и письмо Банка «Открытие» (Исх. № 5166 от 26.02.2016г.), в котором изложена причина отказа в выдаче страхового сертификата.

04 августа 2016г. от ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие» поступили запрашиваемые Управлением документы, в том числе учредительные документы, счет на оплату № 0031НН рекламного буклета, счет-фактура №0023НН, информацию о должностном лице, ответственном за размещение рекламы с приложением, подтверждающих документов, правила комбинированного страхования граждан, выезжающих с места постоянного проживания, договор № 321240482 коллективного страхования и иных расходов граждан, выезжающих за рубеж, правила предоставления и использования банковских карт ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие», копия письма Банка Исх. № 5166 от 26.02.2016г.

На рассмотрении дела 09 августа 2016г. представитель Банка по доверенности – <...> поддержал позицию, изложенную в письменных пояснениях Исх. №21974 (Вх. №8828 от 09.08.2016г.), согласно которым объектом рекламирования в рассматриваемом рекламном буклете является именно банковская карта Travel (карта для отпуска), соответственно, в рекламном материале указана исчерпывающая существенная информация относительно потребительских свойств рекламируемой банковской карты. Сообщение о дополнительных услугах Банк довел до сведения потребителя исключительно с целью информирования. По мнению Банка, наличие или отсутствие программы страхования не влияет на потребительские свойства самой банковской карты.

Комиссия, изучив имеющиеся материалы дела № 08-155/2016, заслушав пояснения ответчика, пришла к следующим выводам.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы – 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.

Согласно пункту 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Информация, распространяемая на буклетах ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие», содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена в печатной продукции; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Согласно статье 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускается. 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.

Согласно части 7 статьи 5 названного закона 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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

В рассматриваемом рекламном буклете изложены следующие сведения относительно банковской карты World MasterCard в рамках тарифного плана «Оптимальный»:

- стоимость – 299 рублей в месяц;
- бесплатное обслуживание карты;
- снятие наличных в любых банкоматах – без комиссии (до 3 раз в месяц);
- cash-back 3% в категории «Путешествия»;
- доход на остаток средств по карте;
- страховая программа выезжающих за рубеж;
- льготный курс конвертации;
- круглосуточный консьерж-сервис.

Как следует из заявления гражданина, определяющим фактором при выборе банковской карты стало именно

условие – страховая программа выезжающих за рубеж. Однако после оформления карты, гражданину было отказано в выдаче страхового сертификата в виду возрастных ограничений, указанных в Правилах страхования. Вместе с тем, исходя из представленного рекламного материала, возрастные ограничения не указаны в буклете.

Из разъяснений п. 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» следует, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойств.

Комиссией не может быть принят во внимание довод ответчика о том, что объектом рекламирования в данном рекламном буклете является именно банковская карта Travel (карта для отпуска). Сообщение о дополнительных услугах Банк довел до сведения потребителя исключительно с целью информирования.

Объектом рекламирования в рассматриваемом случае является именно товары, услуги, предоставляемые ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие», в том числе открытие и обслуживание банковских карт по разным тарифным планам. В буклете мелким серым шрифтом на белом фоне размещена существенная информация относительно условий «cash-back 3%», «доход на остаток средств по карте», но как следует из материалов дела, возрастные ограничения, предъявляемые к застрахованному лицу, в буклете отсутствуют.

Кроме того в соответствии с пояснениями Банка (Вх. № 8828 от 09.08.2016г.), размещение рекламного материала обусловлено намерением Банка привлечь внимание потребителей к рекламируемой банковской карте Travel (карта для отпуска), сформировать у потребителя интерес именно к данной карте, а не иных дополнительных услуг, в том числе услуг страхования. Однако страхование выезжающих за рубеж является одним из привлекательных условий для потенциальных клиентов, одним из определяющих критериев при выборе той или иной банковской карты по разным тарифным планам. Соответственно, вся необходимая и требуемая по закону информация (в том числе не привлекательная для потребителя) должна доводиться непосредственно в рекламе с тем, чтобы обеспечить возможность потребителю с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что не все существенные условия по оформлению, пользованию банковской картой Master Card World тариф Оптимальный были доведены до потребителей рекламы надлежащем образом.

Согласно пункту 28 Постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 г. № 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 Законом «О рекламе» к рекламе, в частности, о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. Поскольку распространенная реклама услуг Банка направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что реклама банковских карт ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие», распространяемая в форме рекламных буклетов с недостоверной информацией об условиях оформления, привилегиях пользования банковской картой Master Card World тариф Оптимальный, а именно о предоставлении держателю карты в рамках тарифного плана Оптимальный услугу страхования при выезде за рубеж, нарушает требования пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В ходе рассмотрения дела ответчиком в адрес Управления документов, материалов о прекращении распространения рекламных буклетов с рассматриваемым содержанием, либо о приведении содержания рекламных материалов в соответствие с требованиями законодательства о рекламе не направлено.

Из положений части 6 статьи 38 закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3, частью 7 статьи 5 Закона о рекламе несет ответственность рекламодатель.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, части 1 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пп. 37 - 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ №508 от 17.08.2006г., Комиссия

Решила:

1. Признать рекламу банковских карт ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие», распространяемую в форме рекламных буклетов с недостоверной информацией об условиях оформления, привилегиях пользования банковской картой Master Card World тариф Оптимальный, а именно о предоставлении держателю карты в рамках тарифного плана Оптимальный услугу страхования при выезде за рубеж, не соответствующей требованиям пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

2. Выдать ПАО «Ханты-Мансийский Банк Открытие» (119021, г. Москва, ул. Т. Фрунзе, д. 11, корпус (стр.) 13; ИНН 8601000666, дата регистрации в качестве юр. лица: 14.08.2002г.; Офис «Казанский» филиала «Саратовский»: 420111, РТ, г. Казань, ул. Московская, д. 2А) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения 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

<...>

<...>