

Исх. №ВЧ-08/5740 от 11.06.2024 г.

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)  
Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)  
<...> – (должностное лицо)

рассмотрев материалы дела №016/05/29-417/2024 в отношении АО «Тинькофф Банк» по факту распространения рекламного сообщения с текстом: «Вам подарок – ценная бумага на 1100 руб. Забрать i.tinkoff.ru/rith», что имеет признаки нарушения пункта 2 части 3, части 7 статьи 5, части 3 и 4 статьи 29, части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) поступило обращение <...>– (физическое лицо) (вх. №852 от 29.01.2024 г.) по факту распространения рекламного сообщения с текстом: «Вам подарок- ценная бумага на 1100 руб. Забрать i.tinkoff.ru/rith», что имеет признаки нарушения Закона «О рекламе».

Фотоизображения рекламного сообщения представлено ниже:

<....>

В рамках рассмотрения настоящего дела Комиссией было установлено следующее:

1) В рамках реализации маркетинговой акции «Виртуальная ценная бумага» АО «Тинькофф Банк» было направлено заявителю сообщение с текстом «Вам подарок- ценная бумага на 1100 руб. Забрать i.tinkoff.ru/rith».

Предметом маркетинговой акции «Виртуальная ценная бумага» является бонус - расчетные единицы (баллы), равные денежному эквиваленту доли от Цены последней сделки с ценной бумагой, указанной в Предложении. Первоначальное количество баллов для каждого Участника определяется Брокером индивидуально для каждой акции.

Согласно части 1 статьи 3 Закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

24 апреля 2024 года в адрес Управления поступили письменные пояснения АО «Тинькофф Банк» исходя из которых следует, что рассматриваемое смс-сообщение не является рекламой, а носит информационный характер, ввиду адресации вышеуказанного сообщения определенному кругу лиц, а именно любому физическому лицу, являющегося резидентом РФ и достигшее 14-летнего возраста,

являющееся клиентов Брокера/Банка, открывшее Брокерский счет и получившее Предложение.

Также согласно приказу, ФАС России от 14 ноября 2023 г. №821/23 распространяемая посредством SMS-сообщений или PUSH-уведомлений информация о дополнительных услугах, предлагаемых операторами сотовой связи абонентам, с которыми у них заключен договор на оказание услуг, может рассматриваться в качестве рекламы, если такая услуга выступает в качестве объекта рекламирования. Так, должна относиться к рекламе в том числе следующая информация:

- предложение подключить за дополнительную плату услугу, связанную с предоставлением "базовых" услуг (например, "Автоответчик", "Голосовая почта", "Черный список", "Автоплатеж");
- предложение перейти на другой тарифный план;
- предложение обратиться на мобильный сервис (портал), в том числе подключение или использование которого не требует внесения разовой или абонентской платы, если посредством данного сервиса (портала) абоненту за дополнительную плату может быть предоставлен мобильный контент или дополнительные услуги.

В рассматриваемом случае направление сообщения с текстом «Вам подарок- ценная бумага...» направлено на привлечение внимания не на основной продукт, а к дополнительной услуге, являющейся предметом маркетинговой акции «Виртуальная ценная бумага».

Кроме того, необходимо отметить, что сообщение с текстом «Вам подарок- ценная бумага...» направлялись также лицам, не имеющим брокерский счет, что подтверждается информацией, содержащейся на сайте <https://www.tinkoff.ru/invest/help/services/gift-shares/about/accept/>: «Что нужно сделать, чтобы принять акции в подарок? Клиентам Тинькофф без брокерского счета — придет сообщение со ссылкой на сайт, где будут указаны условия получения подарка и ссылка на скачивание приложения Тинькофф Инвестиций или на инструкцию по установке веб приложения. В приложении Тинькофф Инвестиций или в веб приложении можно будет оставить заявку на открытие брокерского счета. Когда счет будет готов, на главном экране приложения появится информация о поступивших ценных бумагах и клиенты смогут нажать на кнопку «Принять подарок».

Таким образом Комиссия приходит к выводу, что довод АО «Тинькофф Банком» является несостоятельным, в данном случае рассматривая реклама, в совокупности всех обстоятельств в любом случае направлена на привлечение внимания клиента, на получение услуг в Банке.

2) 25 марта 2024 г. АО «Тинькофф Банк» было представлено разрешение, согласие заявителя на получение рекламных сообщений от АО «Тинькофф Банк».

Вместе с тем, вышеуказанное согласие было получено в рамках оформления заявления- анкеты, включающую в себя согласие на обработку персональных данных, на получение кредитного отчета в целях проверки оценки

платёжеспособности, а также согласие на получение рекламных сообщений

Однако, сам факт оформления вышеуказанного заявления – анкеты не подтверждает согласие на получение рекламы, поскольку отражает волеизъявление абонента исключительно на оформление заявки для получения банковской услуги, при этом согласие на получение рекламы и порядок подписания вышеуказанной анкеты вынуждает его (осознанно или неосознанно) согласиться на получение текстовых сообщений рекламного характера в целях осуществления заказа желаемой услуги.

Данное обстоятельство не позволяет признать дачу согласия на получение рекламы описанным выше способом в качестве добровольного волеизъявления.

Согласно Определению Верховного Суда Российской Федерации от 23 марта 2022 года №306-ЭС22-2085 разработанная банком форма заявки, которая подразумевает одновременную дачу согласия на обработку персональных данных гражданина в целях, необходимых для оказания запрашиваемых банковских услуг, и на получение от банка рекламной информации, не оставляя тем самым гражданину какого-либо свободного выбора не отвечает признакам добровольного волеизъявления гражданина.

Согласно части 1 статьи 18 Закона о рекламе распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

3) Также из текста обращения Заявителя следует, что после получения смс сообщения ему были подарены акции Газпрома.

Более того, Комиссией в открытом источнике в сети «Интернет» был установлен отзыв клиента АО «Тинькофф Банк» с текстом «Мне пришло это сообщение. Зашел в приложение. Уже в разделе "Инвестиции" был открыт брокерский счет и на нем подаренные акции Газпрома и Сбербанка. Правда и те, и другие в этот момент падали» исходя из которого следует, что при получении сообщения «Вам подарок-ценная бумага...» и переходе по ссылке в вышеуказанном сообщении подарком является акция.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о направлении АО «Тинькофф Банк» потребителям подарочных акций в рамках маркетинговой акции «Виртуальная ценная бумага».

Согласно части 3 статьи 29 Закона о рекламе реклама ценных бумаг должна содержать сведения о лицах, обязавшихся по рекламируемым ценным бумагам.

Согласно части 4 статьи 29 Закона о рекламе, реклама эмиссионных ценных бумаг должна содержать:

1) наименование эмитента;

2) источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с законодательством Российской Федерации о ценных бумагах.

Однако в рассматриваемой рекламной информации не содержатся сведения о лицах, обязавшихся по рекламируемым ценным бумагам, также не содержится наименование эмитента, источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с законодательством Российской Федерации о ценных бумагах.

4) Также согласно пояснениям АО «Тинькофф Банк» не осуществляется реклама ценных бумаг. В рамках маркетинговой акции «Виртуальная ценная бумага» банком предоставляются бонусы – расчетные единицы равные денежному эквиваленту доли от Цены последней сделки с ценной бумагой.

Однако, в вышеуказанном рекламном сообщении указано: «Вам подарок- ценная бумага».

Более того, необходимо отметить, что после поступления сообщения «Вам подарок- ценная бумага» заявителем были получены акции Газпрома.

Кроме того, согласно пояснениям АО «Тинькофф Банк» бонус может быть сконвертирован в российские рубли при достижении суммарной стоимости ценных бумаг и денежных средств, учитываемых на всех Брокерских счетах, в том числе ИИС Участника, суммы, указанной в интерфейсе Мобильного приложения «Тинькофф Инвестиции» /Личного кабинета Инвестора на странице «Главная», посредством нажатия на полученный Бонус и перехода на страницу «Как продать подарок» с момента достижения Стоимости активов.

Также на сайте <https://www.tinkoff.ru/invest/help/services/gift-shares/about/virtual-shares/> содержится следующая информация: «Как продать виртуальные акции?»

Условия продажи. Подарочные акции нужно продать в течение 90 дней, иначе они сгорят. Чтобы получить возможность их продать, нужно продержать стоимость портфеля на вашем брокерском счете выше определенной суммы в течение определенного срока. Например, условия для продажи подарочной акции могут быть такими:

продержать стоимость портфеля выше 5000 в течение 15 дней;

продержать стоимость портфеля выше 10 000 в течение 7 дней.

Это не полный перечень условий, а только два примера. Условия выбираются случайным образом при начислении подарочной акции.»

Согласно определению, размещенному на сайте <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%BA> подарок – это вещь, которую даритель по собственному желанию безвозмездно преподносит в полное владение с целью доставить удовольствие, пользу получателю подарка.

Т.е. указание в рекламном сообщении слова «подарок» создает у потребителей впечатление о безвозмездном преподношении акций в полное владение.

Банк распространяя вышеуказанную рекламу намеренно вводит в заблуждение

потребителя, отражает только выгодные для рекламодателя условия, а именно указывая слово "подарок" сообщаются недостоверные сведения относительно получения ценной бумаги.

Таким образом вышеуказанная реклама приводит к искажению смысла, вводит в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться маркетинговой акцией «Виртуальная ценная бумага».

Согласно пункту 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.

Также согласно части 7 статьи 5 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.

На основании части 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных части 2 статьи 29, части 3 и 7 статьи 5 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

На основании части 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Рекламодателем, рекламодателем, и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является АО «Тинькофф Банк».

На дату рассмотрения настоящего дела информация о прекращении распространения рекламы нарушающей требования Закона о рекламе не представлены.

На основании изложенного Комиссия считает необходимым выдать АО «Тинькофф Банк» обязательное для исполнения предписание.

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛ:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную АО «Тинькофф Банк» посредством направления сообщения с текстом: «Вам подарок- ценная бумага на 1100 руб. Забрать [i.tinkoff.ru/riith](http://i.tinkoff.ru/riith)», поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 3 и 4 статьи 29, Закона о рекламе.

2. Рекламодателем, рекламодателем, и рекламопроизводителем

признать АО «Тинькофф Банк»

3. Выдать АО «Тинькофф Банк» обязательное для исполнения предписание.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечение лица к административной ответственности.

Решение изготовлено в полном объеме 10 июня 2024 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)