

АО «ЮниКредит Банк»

наб. Пречистенская, д. 9,

г. Москва, 119034

<...>

<...>

г. Москва, 119311

<...>

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 3-5-109/77-17

«25» июля 2017 года.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия

Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-109/77-17, возбужденное в отношении АО «ЮниКредит Банк» по факту распространения 18.12.2015 на телефонный номер <...> рекламы посредством смс-сообщения следующего содержания: «<...>, мы отменили комиссию за снятие наличных по Вашей кредитной карте <...> - до 15.01.2016. С Новым годом! АО ЮниКредит Банк» от АО «ЮниКредит Банк», с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии: представителей АО «ЮниКредит Банк» в лице <...> (по доверенности № <...>), <...> (по доверенности № 1<...>); <...> (лично),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-109/77-16 возбуждено в отношении АО «ЮниКредит Банк» на основании заявления <...> по факту распространения 18.12.2015 на его телефонный номер рекламы посредством смс-сообщения следующего содержания: «<...>, мы отменили комиссию за снятие наличных по Вашей кредитной карте <...> - до 15.01.2016. С Новым годом! АО ЮниКредит Банк», от АО «ЮниКредит Банк».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, когда при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

На основании ходатайства заявителя, спорная реклама также оценена на предмет наличия нарушения статьи 28 Закона о рекламе.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы <...>, представителей АО «ЮниКредит Банк», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС

России приходит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 28 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 (далее — Правила), при рассмотрении дела антимонопольный орган знакомится с письменными и вещественными доказательствами по делу, заслушивает объяснения лиц, участвующих в деле, заключения экспертов, а также оглашает представленные в письменной форме объяснения и заключения.

Антимонопольный орган обязан принимать все предусмотренные законодательством Российской Федерации меры для всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела.

АО «ЮниКредит Банк» (место нахождения: наб. Пречистенская, д. 9, г. Москва, 119034) (далее также Банк) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 19.08.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739082106, ИНН 7710030411, КПП 770401001.

18.12.2015 в 19:03 на телефонный номер <...>, принадлежащий <...>, поступило смс-сообщение следующего содержания:

«<...>, мы отменили комиссию за снятие наличных по Вашей кредитной карте <...> - до 15.01.2016. С Новым годом! АО ЮниКредит Банк» от отправителя UniCredit.

Указанные обстоятельства подтверждаются детализированной выпиской по телефонному номеру заявителя, представленной ПАО «ВымпелКом», и не оспариваются АО «ЮниКредит Банк».

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, 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.

При этом 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.

В соответствии с письменными и устными пояснениями АО «ЮниКредит Банк» в период с 17.12.2015 по 15.01.2016 в банке действовала акция «В Новый Год подарки ближе» (далее также Акция).

Согласно условиям акции физические лица, являющиеся держателями основных кредитных карт в рублях Российской Федерации, эмитированных АО «ЮниКредит Банк», получившие в период действия Акции персональное предложение «В Новый Год поларки ближе», допустились к участию в Акции. Согласно представленным АО «ЮниКредит Банк» сведениям общее количество соответствующих условиям Акции клиентов составило 15 854 человека.

Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

В рассматриваемом сообщении содержится информация о проведении акции для неопределенного круга лиц потребителей услуг АО «ЮниКредит Банк», а также индивидуализирующие определенную услугу сведения.

Таким образом, спорная информация направлена на привлечение внимания потребителя к определенному товару посредством его участия в акции.

Наличие в рекламе обращения не свидетельствует об определенности круга получателей такой рекламы, так как при подобного рода рассылках используется шаблон либо иная автоматизированная система, в который автоматически подставляется имя, указанное держателем банковской карты при заполнении заявления, а также номер самой банковской карты.

Кроме того, Комиссия приходит к выводу, что обращение к абоненту по имени и отчеству в данном случае не является фактором, определенно идентифицирующим получателя распространяемой информации. Подобное обращение к потенциальному клиенту является нормальным общепринятым поведением в обществе соответствующим правилам обычного и делового этикета и лишь свидетельствует о клиентоориентированной направленности деятельности рекламодателя при продвижении своей продукции на рынке.

Под неопределенным кругом лиц в целях Закона о рекламе понимаются те лица, которые не могут быть заранее персонифицированы, определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» абонентом является пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Следовательно, информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным абонентам.

Между тем, такая персонализация в виде направления рекламы на конкретный список телефонных номеров (с возможным присоединением к шаблону рекламы в автоматическом режиме какой-либо

дополнительной информации, например номера карты и/или имени ее владельца), а равно более широкое толкование понятия рекламы, прямо следует в рассматриваемом случае из диспозиции части 1 статьи 18 Закона о рекламе и подтверждается судебной и административной практикой в контексте применения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Данная реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания и ее адресность предполагается (по аналогии с тем, как предполагается адресность рекламы в журналах, распространяемых исключительно среди подписчиков печатного СМИ, распространяемого только по подписке). Фактическое же «создание» определенной группы лиц рекламораспространителем (только владельцы карт только жители юго-западного округа только мужчины и т. п.) не соотносится с определениями и понятиями, закрепленными в законодательстве о рекламе.

Таким образом Комиссия Московского УФАС России приходит к однозначному выводу, что спорное смс-сообщение является рекламой в понимании статьи 3 Закона о рекламе и полностью должно отвечать требованиям Закона о рекламе.

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.

Кроме того, соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности 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.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

При этом в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Рассматриваемая реклама содержала в себе сведения о том, что при снятии наличных с кредитной карты клиента Банка за эту услугу со счета не будет списана комиссия. При этом в смс-сообщении указана дата, до которой рекламируемая акция действует — 15.01.2016.

Согласно представленным документам и сведениям заявителем 30.12.2015 с кредитной карты (с кредитным лимитом <...> рублей) было снято <...> рублей. Согласно выписке по счету заявителя операция не сопровождалась списанием комиссионного вознаграждения АО «ЮниКредит Банк», так как операция была совершена в период действия Акции.

При этом в строке «Interests» отражена сумма <...> рублей — сумма рассчитанных процентов, которая начисляется на операции по кредитной карте по процентной ставке, указанной в договоре с клиентом.

Кроме того, в строке «Комиссия» указана сумма в размере <...> рублей — комиссия за годовое обслуживание, которое взимается согласно Общим условиям договора о выпуске и использовании кредитной банковской карты АО «ЮниКредит Банк» и тарифу комиссионного вознаграждения банка.

Также установлено, что в последний день действия Акции (15.01.2015) <...> была совершена вторая операция по снятию наличных в размере <...> рублей. Согласно выписке, данная операция сопровождалась списанием комиссионного вознаграждения АО «ЮниКредит Банк» в размере <...> рублей.

В соответствии с пояснениями АО «ЮниКредит Банк» причиной списания комиссионного вознаграждения послужило следующее.

Согласно пункту 2.9 Положения Центрального Банка Российской Федерации от 24.12.2004 № 266-П «Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием» (далее — Положение ЦБ РФ № 266-П) основанием для составления расчетных и иных документов для отражения сумм операций, совершаемых с использованием платежных карт, в бухгалтерском учете участников расчетов является реестр платежей или электронный журнал.

Списание или зачисление денежных средств по операциям, совершаемым с использованием платежных карт, осуществляется не позднее рабочего дня, следующего за днем поступления в кредитную организацию реестра платежей или электронного журнала.

Операция по снятию наличных в размере <...> рублей с карточного счета <...>, произведенная 15.01.2016, была списана со счета согласно Положению ЦБ РФ № 266-П 18.01.2016, когда Акция прекратила свое действие. Данная операция сопровождалась списанием комиссионного вознаграждения АО «ЮниКредит Банк» в размере <...> рублей.

В связи с обращением <...> в АО «ЮниКредит Банк» было выявлено нарушение банком условий проводимой акции и 27.01.2016 на счет Понамарева <...> ращены денежные средства в размере <...> рублей, что подтверждается выпиской по счету, представленной в материалы дела.

Комиссией установлено, что порядок совершения операций с использованием карты и условия использования и погашения кредита закреплены в Стандартных правилах выпуска и использования кредитной банковской карты ЗАО ЮниКредит Банк, введенными в действие 01.02.2013 Приказом по Банку 132-П (далее — Правила), и Общими условиями договора о выпуске и использовании кредитной банковской карты АО ЮниКредит Банк, утвержденными Членом Правления ЗАО ЮниКредит Банк Э. Бутта 30.06.2014, с изменениями от 02.03.2015 (далее — Условия).

Так раздел 3 Правил и Условий закрепляют порядок совершения операций с использованием карты. Пунктом 3.5 Правил и Условий установлено, что за обслуживание операций, совершаемых с использованием карты, Банк взимает комиссионное вознаграждение, а также расходы по фактической стоимости этих операций или по нормам Банка. Ставки комиссионного вознаграждения указаны в заявлении и/или установлены Тарифом комиссионного вознаграждения за выполнение поручений физических лиц — клиентов Банка (далее — Тариф). Тариф выдается клиенту при подаче заявления.

При этом разделом 2 Тарифа установлено, что ставка комиссионного вознаграждения за выдачу наличных денежных средств в рублях в пунктах выдачи наличных ЮниКредит Банк до 2,5 млн. рублей включительно составляет 1%, минимум 100 рублей.

Разделом 4 Правил и Условий установлены условия использования и погашения кредита. В соответствии с пунктом 4.5 Правил и Условий за пользование кредитом клиент уплачивает Банку проценты, начисляемые по ставке, указанной в заявлении (для случаев, когда в заявлении указана процентная ставка за пользование кредитом и соглашение о лимите не заключается) или соглашением о лимите (для случаев, когда процентная ставка за пользование кредитом установлена соглашением о лимите). Проценты начисляются за каждый день пользования кредитом и рассчитываются исходя из фактического числа дней в году. Проценты за пользование кредитом за календарный месяц уплачиваются по истечении 25 календарных дней, следующих за днем окончания этого месяца, в течение периода до следующего числа, но не позднее даты полного погашения кредита.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что услуга по предоставлению кредита и услуга по предоставлению клиенту Банка возможности снятия наличных денежных средств с кредитной карты являются разными услугами, за их предоставление клиентом осуществляются различные платежи: за пользование кредитными средствами клиент уплачивает проценты, за

снятие наличных денежных средств с кредитной карты клиентом уплачивается комиссия.

В рекламной сообщении, рассматриваемом в рамках настоящего дела, клиенту сообщалось об отмене уплаты комиссионного вознаграждения Банку за снятие денежных средств с кредитной карты в период действия Акции. Указанная Акция не касалась услуг по предоставлению самого кредита (процентов за пользование кредитными денежными средствами).

Указанные обстоятельства подтверждаются также тем, что 15.01.2016 с <...> была списана комиссия за снятие собственных денежных средств с кредитной карты, а проценты соответственно начислены не были.

Кроме того, Комиссией установлено, что все условия использования кредитной карты, в том числе условия пользования кредитными средствами, включая условия о начисляемых процентах, а также условия снятия наличных денежных средств, были доведены до потребителя в момент заключения договора и были ему известны.

Рассматриваемая реклама сообщала об отмене комиссионного вознаграждения Банку за снятие наличных средств. При этом условия пользования кредитными средствами на период проведения Акции не менялись. Таким образом, путем направления спорного смс-сообщения Банк уведомил клиента о временном улучшении условий пользования одной из услуг Банка, а именно возможности снятия наличных средств с кредитной карты без уплаты комиссионного вознаграждения.

Так как информация в рекламе касалась отмены одного платежа — комиссии, потребитель не мог быть введен в заблуждение в отношении иных условий использования кредитных средств, в том числе процентов за пользование денежных средств, а равно повторное доведение до потребителя всех иных, уже известных ему условий кредита не требовалось.

Фактически, позиция заявителя строится на том, что рекламное сообщение о временной отмене одного из условий снятия наличных средств с кредитной карты он воспринял как информацию об отмене всех условий использования кредитных денежных средств с карты, известных ему заранее.

Данная позиция не находит своего отражения в материалах дела, не следует из текста рекламы и не соотносится с требованиями Закона о рекламе.

При этом положения части 3 статьи 28 Закона о рекламе в настоящем случае не применимы, поскольку потребитель не информировался о новом объекте рекламирования в виде финансовой услуги, а лишь получал информацию о временном изменении потребительских условий в определенной, однозначно идентифицируемой части своих гражданско-правовых отношениях с Банком. Расширительное толкование заявителем рекламной информации само по себе предметом рассмотрения настоящего дела не является.

Таким образом Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии в рассматриваемом рекламном сообщении нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, а равно не усматривает признаков нарушения пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Резюмируя изложенное, по решению Комиссии Московского УФАС России дело № 3 5 109/77 17 подлежит прекращению.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 36 Правил,

РЕШИЛА:

Производство по делу № 3 5 109/77 17 в отношении АО «ЮниКредит Банк» прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

