

Исх. № ВЧ-08/2638 от 28.02.2022

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан <...> - должностное лицо, рассмотрев протокол и материалы дела №016/04/14.3-48/2022 об административном правонарушении, возбужденного в отношении юридического лица АО «Тинькофф Банк» (ИНН 7710140679, ОГРН 1027739642281, адрес регистрации: 127287, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Савеловский, ул. Хуторская 2-я, д. 38, стр.26) по факту нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

в отсутствие АО «Тинькофф Банк» или его представителя по доверенности, надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения настоящего административного дела,

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – поисковой системе «Яндекс» следующего содержания: «Дистанционное открытие счета. Получи акции стоимостью до 25000 Р в подарок! Все операции онлайн. Банк № 3 в России. Брокер № 1. Без скрытых комиссий», что имеет признаки нарушения Закона «О рекламе».

Фотоизображение рекламного объявления представлено ниже:

<...>

Информация со сведениями: «Дистанционное открытие счета. Получи акции стоимостью до 25000 Р в подарок! Все операции онлайн. Банк № 3 в России. Брокер № 1. Без скрытых комиссий» в силу статьи 3 Закона «О рекламе» является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к финансовым (брокерским) услугам АО «Тинькофф Банк».

Для полного, всестороннего и объективного исследования обстоятельств Управлением был направлен запрос в ООО «Яндекс».

Согласно информации, предоставленной ООО «Яндекс», реклама ООО «ЭмДжиКом» с текстом: «Дистанционное открытие счета. Получи акции стоимостью до 25000 Р в подарок! Все операции онлайн. Банк № 3 в России. Брокер № 1. Без скрытых комиссий» распространялась на территории России, кроме Республики Крым.

В рекламе финансовых услуг ООО «ЭмДжиКом» (ОГРН 1067746216548, ИНН 7725560073, адрес: 127051, г. Москва, ул. Цветной бульвар, д.25, стр.3, этаж 1, пом 1, ком 15), распространенные на сайте «yandex.ru», сообщаются сведения о преимуществах рекламируемого товара – «Брокер № 1».

Вместе с тем, в адрес Управления поступил ответ на запрос ООО «Яндекс» (вх. №

ВЧ-08/8305 от 07.07.2021), согласно которому, распространенная на территории России (кроме республики Крым) на сайте «yandex.ru» реклама с текстом: «Дистанционное открытие счета. Получи акции стоимостью до 25000 Р в подарок! Все операции онлайн. Банк № 3 в России. Брокер № 1. Без скрытых комиссий», принадлежит ООО «ЭмДжиКом».

Согласно информации, предоставленной ООО «ЭмДжиКом» следует, что ООО «ЭмДжиКом» является посредником (агентством) между клиентом (рекламодателем) и рекламной площадкой (Яндекс). Фактическое оказание услуг по предоставлению рекламных кабинетов Яндекс.Директ для настройки и размещений рекламной кампании АО «Тинькофф Банк» осуществлялось через ООО «Реактив» (ОГРН 5107746061980, ИНН 7736626255, адрес: 119296, г. Москва, ул. Вавилова, д.65А, офис 510) на основании заключенного между ООО «ЭмДжиКом» (Исполнитель) и ООО «Реактив» (Заказчик) договора на оказание рекламных услуг от 01.06.2014 г.

В свою очередь, между ООО «Реактив» (Исполнитель) и АО «Тинькофф Банк» (Заказчик) заключен договор оказания услуг № 47/19 от 01.09.2019 г. в соответствии с которым Заказчик поручает, а Исполнитель обязуется обеспечить оказание услуг по размещению рекламных материалов Заказчика в сети Интернет.

Согласно информации, предоставленной АО «Тинькофф Банк» следует, по результатам исследования НЭО Центр был составлен рейтинг крупнейших банков по числу активных розничных клиентов, согласно которому АО «Тинькофф Банк» занимает первое место среди частных российских банков.

Как следует из приведенного выше рейтинга крупнейших банков по числу активных клиентов, в АО «Тинькофф Банк» 7200000 (семь миллионов двести тысяч) клиентов, что является первым показателем среди частных банков России.

Вместе с тем, согласно письменным пояснениям АО «Тинькофф Банк» следует, что по результатам Исследования ООО «Ипсос Комкон» АО «Тинькофф Банк» первое место среди частных российских банков в категориях «рассмотрение и использование» банковских продуктов/услуг розничными клиентами. АО «Тинькофф Банк» предоставляет подтверждение того факта, что Банк занимает первое место в России по количеству активных клиентов на Московской бирже по данным на сайте [www.<...>.ru](http://www.<...>.ru).

В свою очередь, между ООО «Реактив» (Исполнитель) и АО «Тинькофф Банк» (Заказчик) заключен договор оказания услуг № 47/19 от 01.09.2019 г. в соответствии с которым Заказчик поручает, а Исполнитель обязуется обеспечить оказание услуг по изготовлению и размещению рекламных материалов Заказчика в сети Интернет.

Однако, согласно письменным пояснениям ООО «Реактив» следует, что ООО «Реактив» в рамках договорных отношений с АО «Тинькофф Банк» не является изготовителем рекламных материалов и не определяет объект рекламирования. ООО «Реактив» через ООО «ЭмДжиКом» по запросу АО «Тинькофф Банк» приобрело доступ в рекламный кабинет сервиса Яндекс.Директ, где представители АО «Тинькофф Банк» самостоятельно осуществили действия по настройке рекламной кампании бренда «Тинькофф Инвестиции».

В соответствии с п. 4.1.3 вышеуказанного договора ООО «Реактив» (Исполнитель) обязуется не вносить каких-либо корректировок, исправлений, дополнений или иным образом изменять содержание предоставленных АО «Тинькофф Банк» (Заказчик) рекламных материалов, а также не допускать сбоев и ошибок в размещении рекламы.

Согласно п. 4.3.3 АО «Тинькофф Банк» (Заказчик) обязуется предоставить ООО «Реактив» (Исполнитель) рекламные, соответствующие техническим требованиям, правилам Интернет-сервисов, на которых проводится размещение, а также действующему законодательству РФ о рекламе.

Согласно п. 6.1 договора АО «Тинькофф Банк» (Заказчик) гарантирует соблюдение требований действующего законодательства Российской Федерации к содержанию и форме рекламных материалов.

АО «Тинькофф Банк» обратилось к ООО «ЭмДжиКом», как сертифицированному агентству по предоставлению услуг сервиса Яндекс.Директ, с просьбой предоставить доступ в рекламные кабинеты сервиса Яндекс.Директ для размещения сотрудниками АО «Тинькофф Банк» рекламных материалов бренда «Тинькофф Инвестиции» в период с 01.10.2020 г. по 15.08.2021 г. В виду того, что между ООО «Реактив» и АО «Тинькофф Банк» заключен договор на оказание услуг, а между АО «Тинькофф Банк» и ООО «ЭмДжиКом» отсутствовал прямой договор, стороны пришли к соглашению оказать услуги по предоставлению доступа к рекламным кабинетам через ООО «Реактив».

Также для полного, всестороннего и объективного исследования обстоятельств Управлением были направлены запросы Российским биржевым брокерам и ПАО «Московская биржа».

Так согласно письменным пояснениям ПАО «Московская биржа» следует, что вся информация о рейтингах российских брокеров, являющихся участниками торгов на фондовом рынке Биржи (рейтинг ведущих операторов) размещена на официальные Биржи в сети Интернет по адресу: <https://www.<...>.aspx>. Согласно методологии Биржи, список ведущих операторов формируется по отдельным показателям, такие как объемы торгов акциями, облигациями, по количеству клиентов и объёму клиентских операций и т.д. Статус «Брокер №1» или какой-либо иной статус в зависимости от места брокера в том или ином рейтинге операторов Биржа не присваивает.

Согласно ответу АО «ФИНАМ» следует, что организаторы торговли ПАО «СПБ Биржа» и ПАО «Московская биржа» на своих страницах в сети Интернет на ежемесячной основе публикуют рейтинги участников торгов. Данные рейтинги составляются в том числе по таким критериям как «суммарный оборот», «количество активных клиентов», «количество зарегистрированных клиентов». Исходя из информации, представленной в сети Интернет ПАО «Московская биржа» публикует данные рейтинги в разрезе, в том числе фондового, срочного, валютного рынка. Участники торгов имеют различные позиции в рейтингах каждого организатора торговли (т.е. наличие определенного места в рейтинге ПАО «СПБ Биржа» не означает аналогичное место в рейтинге ПАО «Московская биржа» и наоборот). Например, согласно размещенной на сайте ПАО «Московская биржа» информации, АО «Тинькофф Банк» в рейтинге «Лидеры рынка фьючерсов и опционов по объему сделок» за сентябрь 2021 года занимает 12 - место, за август

2021 года - 13-е место.

Исходя из письменных пояснений АО «Открытие Брокер» следует что, одним из известных Брокеру рейтингов являются размещаемые в публичном доступе рейтинги ведущих операторов фондового рынка, составляемые ПАО «Московская биржа». Указанные рейтинги размещены на официальном сайте ПАО «Московская биржа» по адресу <https://www.<...>members-rating.aspx>. Методология составления указанных рейтингов ПАО «Московская биржа» опубликована по адресу <https://fs.<...>/6827>.

Кроме того, собственные рейтинги участников торгов составляет ПАО «СПБ Биржа»: по суммарному обороту во всех режимах торгов, по обороту в режиме основных торгов, по количеству активных клиентов, по количеству зарегистрированных клиентов. Указанные рейтинги и разъяснения о порядке их составления размещены по адресу <https://<...>/ratings.aspx>.

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.

Согласно части 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объект рекламирования – 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 к которым направлена реклама.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения

о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

В соответствии с п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

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

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы (письмо ФАС России от 31.05.2016 № АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьи 5 Федерального закона «О

рекламе» несет ответственность рекламодаделец, то есть АО «Тинькофф Банк» (ОГРН 1027739642281, ИНН 7710140679, адрес: 127287, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Савеловский, ул. Хуторская 2-я, д. 38, стр.26).

На заседании Комиссии представитель ООО «Реактив» по доверенности <...>, пояснила, что ООО «Реактив» не занимается изготовлением рекламных материалов, а выполняет лишь посредническую функцию по предоставлению рекламных кабинетов Яндекс.Директ. АО «Тинькофф Банк» обратилось к ООО «Реактив» с целью предоставления вышеуказанных рекламных кабинетов. В виду того, что у ООО «Реактив» не имеется прямого доступа к рекламным кабинетам Яндекс.Директ, ООО «Реактив» предоставило АО «Тинькофф Банк» данный доступ через ООО «ЭмДжиКом».

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, согласно которой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса,,

– влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, действия АО «Тинькофф Банк», выразившиеся в нарушении законодательства о рекламе, образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Дата совершения административного правонарушения: 25.03.2021г.

Место совершения административного правонарушения является: РТ, г. Казань.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица (личность виновного, его имущественное положение) обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Обстоятельств смягчающих и отягчающих административную ответственность, Управлением не установлено.

АО «Тинькофф Банк» правонарушение, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ, совершено не впервые, что не соответствует требованиям статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ.

Так, постановлением Бурятского УФАС России о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 003/04/14.3-710/2021 от 15.07.2021 АО «Тинькофф Банк» привлечено к административной ответственности в виде штрафа в размере 100 000 рублей.

Постановлением УФАС по Московской области о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 050/04/14.3-1938/2020 от 02.11.2020 АО «Тинькофф Банк» привлечено к административной ответственности в виде штрафа в размере 300 000 рублей.

Перечисленные факты привлечения Общества к административной ответственности по статье 14.3 КоАП РФ не являются единичными.

Таким образом, АО «Тинькофф Банк» ранее привлекалось к административной ответственности по статье 14.3 КоАП РФ.

Учитывая то обстоятельство, что у АО «Тинькофф Банк» имелись условия для соблюдения требований Закона о рекламе, оснований для признания указанного правонарушения в силу статьи 2.9 КоАП РФ малозначительным не имеется.

При рассмотрении настоящего дела обстоятельств, предусмотренных статьей 24.5 КоАП РФ, не выявлено, равно, как отсутствуют и иные основания для прекращения производства по делу об административном правонарушении.

Учитывая то обстоятельство, что у АО «Тинькофф Банк» имелись условия для соблюдения требований Закона о рекламе, Обществом не приняты меры по недопущению распространения рекламы, не соответствующую требованиям законодательства о рекламе, оснований для признания указанного правонарушения в силу статьи 2.9 КоАП РФ малозначительным не имеется.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3, части 2 и 3 статьи 3.4, частью 1 статьи 4.1.1, частью 2 статьи 25.1, статьей 29.10 КоАП РФ,

**ПОСТАНОВИЛ:**

Признать юридическое лицо АО «Тинькофф Банк» (ИНН 7710140679, ОГРН 1027739642281, адрес регистрации: 127287, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Савеловский, ул. Хуторская 2-я, д. 38, стр.26) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 300 000 (сто тысяч) рублей 00 копеек.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 (шестидесяти) дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного частью 1.1 статьи 32.2 КоАП РФ, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

Сумма административного штрафа должна быть перечислена по следующим

реквизитам:

<...>

Назначение платежа – денежное взыскание (штраф) за нарушение законодательства о рекламе, налагаемое федеральным органом государственной власти по делу №016/04/14.3-48/2022.

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу в Татарстанское УФАС России, ул. Московская д. 55, г. Казань, 420021, тел: (843) 238-30-41, а также направив на электронную почту to16-<...>@fas.gov.ru.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 или 1.1 статьи 32.2 КоАП РФ, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, в отношении лица, не уплатившего административный штраф, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях (за исключением судебного пристава-исполнителя), составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ, в соответствии с которой неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с пунктом 7 статьи 21 Федерального закона от 02.10.2007г. №229-ФЗ «Об исполнительном производстве» постановление о наложении штрафа может быть предъявлено к исполнению в течение двух лет со дня их вступления в законную силу.

В соответствии с частью 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

<...>