

ответчики: АО «Тинькофф Банк»

1-й Волоколамский проезд,
д. 10, корп. 1,
г. Москва, 123060

ООО «ХЭДХАНТЕР»

ул. Годовикова, д. 9, стр. 10,
г. Москва, 129085

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/14-16

«21» апреля 2016 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Стрельников Д.Ю. — заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);

Члены Комиссии: Михалевич Л.С. — начальник правового отдела Управления;
Горбанева В.В. — главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/14-16 по факту направления на электронную почту <...> письма (отправитель: *info@site.hh.ru*) с рекламой следующего содержания: *«До 300 тысяч рублей на любые покупки. Решение онлайн за 2 минуты. Быстрая доставка в любой регион России»*, с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимися в распространении рекламы без предварительного согласия адресата на получение рекламы, а также в отсутствии в рекламе наименования лица, оказывающего финансовые услуги, а также в умалчивании об иных условиях, определяющих полную стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее,

в присутствии представителя:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ООО «ХЭДХАНТЕР» (место нахождения: 129085, г. Москва, ул. Годовикова, д. 9, стр. 10), Москвитина О.А.;

- в отсутствие представителя АО «Тинькофф Банк», надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела,

УСТАНОВИЛА:

Московским областным УФАС России установлен факт поступления 26.01.2016 на электронную почту <...> письма (отправитель: *info@site.hh.ru*) с рекламой следующего содержания: *«До 300 тысяч рублей на любые покупки. Решение онлайн за 2 минуты. Быстрая доставка в любой регион России»*, без предусмотренного частью 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.

В ходе рассмотрения материалов установлены признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении указанного электронного письма, выразившиеся в отсутствии в рекламе наименования лица, оказывающего финансовые услуги, а также в умалчивании об иных условиях, определяющих полную стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

В соответствии с пояснениями ООО «ХЭДХАНТЕР» 07.11.2009 года пользователь с адресом электронной почты <...> (далее – пользователь <...>) осуществил регистрацию на сайте <http://hh.ru>, чем подтвердил свое согласие с условиями

Соглашения об оказании услуг по содействию в трудоустройстве, одним из пунктов которого определено, что исполнитель вправе в любое время и без предварительного предупреждения направлять по адресу электронной почты соискателя рекламу. Кроме того, по мнению Общества, в рассматриваемой рекламе отсутствуют признаки нарушения части 1 статьи 28 Закона о рекламе, поскольку текст сообщения содержит гиперссылку, которая позволяет перейти на сайт АО «Тинькофф Банк», на котором указано, в том числе, наименование банка.

Из объяснений АО «Тинькофф Банк» следует, что рассматриваемая реклама распространялась на основании договора № 78638/3 от 04.03.2013 г. Согласно позиции Общества, реклама посредством гиперссылки в сети Интернет предоставляет потребителю возможность перейти по ссылке и ознакомиться со всеми условиями рекламируемой услуги, кроме того на основной странице сайта банка указано наименование лица, оказывающего финансовые услуги.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама - 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 письму ФАС России от 25.06.2013 № АК/24455/13, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному списку. Информация, указанная в рассматриваемой рекламе, содержит сведения об услугах Банка «Тинькофф» обобщенного характера и является рекламой.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к финансовой услуге, предоставляемой АО «Тинькофф Банк», содержит существенные условия предоставления кредита, влияющие на его стоимость (*«До 300 тысяч рублей на любые покупки»*), и создает впечатление, что какие-либо иные условия, влияющие на фактическую стоимость кредита, отсутствуют.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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.

Согласно пункту 25 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.)

В соответствии с приложением № 52 к Приказу № 0302.07 от 02.03.2015 г. «Об изменении существующих тарифных планов» тарифный план ТП 7.11 (Рубли РФ) предполагает оформление кредитной карты с лимитом задолженности до 300 000 руб. и включает в себя следующие существенные условия использования кредитной карты:

- процентная ставка по операциям покупок при оплате минимального платежа – 24, 9% годовых;

- процентная ставка по операциям получения наличных денежных средств, платам, комиссиям и прочим операциям, а также по операциям покупок при неоплате минимального платежа – 32, 9% годовых;

- годовая плата за обслуживание основной кредитной карты – 590 руб.;
- комиссия за операцию получения наличных денежных средств – 2,9% плюс 290 руб.;
- минимальный платеж – не более 8% от задолженности, мин. 600 руб.;
- плата за включение в программу страховой защиты – 0,89% от задолженности;
- комиссия за совершение расходной операции с кредитной картой в других кредитных организациях – 2,9% плюс 290 руб.

В рассматриваемой рекламе были указаны только привлекательные условия оказания финансовой услуги. Вместе с тем условия, которые позволили бы потребителю правильно и в полном объеме оценить приемлемость условий получения необходимой ему услуги кредита, в рассматриваемой рекламе отсутствуют.

Таким образом, рассматриваемая реклама не содержала всех условий определяющих расходы заемщика по кредиту и влияющих на них.

Так как указание в рассматриваемой рекламе условий предоставления кредита направлено на формирование у потенциального заемщика желания воспользоваться финансовой услугой - кредитованием, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о кредите приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым кредитом.

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

Учитывая изложенное, в рассматриваемой рекламе должны были быть указаны все существенные условия, влияющие на стоимость рекламируемого кредита.

Наличие в рекламе гиперссылки, позволяющей перейти на сайт рекламодателя, не освобождает его от исполнения обязанности опубликования в рекламном объявлении условий оказания банковских, страховых и иных финансовых услуг, влияющих на их стоимость, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно части 1 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Согласно пункту 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации наименование юридического лица в обязательном порядке должно содержать указание на его организационно-правовую форму.

Статьей 1473 Гражданского кодекса Российской Федерации также

предусмотрено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица (часть 1). Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности (часть 2). Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Юридическое лицо вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках (часть 3).

Согласно пункту 2.1 главы 2 Устава Акционерного общества «Тинькофф Банк» фирменное (полное официальное) наименование банка на русском языке – Акционерное общество «Тинькофф Банк».

Таким образом, рассматриваемая реклама в нарушение части 1 статьи 28 Закона о рекламе не содержала наименования лица, оказывающего финансовую услугу.

В соответствии с частью 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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Согласно пункту 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», Федеральный закон «О рекламе» не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя либо рекламодателя.

Таким образом, согласие абонента на получение рекламы должно, во-первых, относиться к конкретному рекламодателю либо рекламодателю, во-вторых – должно быть выражено явно.

Согласно материалам дела 07.11.2009 года пользователь <...> осуществил регистрацию на сайте <http://hh.ru>. При регистрации на указанном сайте пользователь заключил Соглашение об оказании услуг по содействию в трудоустройстве (далее – Соглашение).

В соответствии с пунктом 3.3 Соглашения исполнитель в праве в любое время и без предварительного предупреждения направлять по адресу электронной почты, указанному соискателем при регистрации на сайте, информационные сообщения о событиях компании исполнителя, о сервисах сайта и услугах исполнителя и прочую информацию, включая рекламу.

Учитывая изложенное, факт нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе не подтвердился.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «ХЭДХАНТЕР» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать АО «Тинькофф Банк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «10» мая 2016 г.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Д.Ю. Стрельников

Члены Комиссии

Л.С. Михалевич

В.В. Горбанева