

Согласно списку адресатов

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-5-234/77-17

«13» марта 2018 г.

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) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-234/77-17 по факту распространения на телеканалах «ТВЦ», «Звезда» рекламы карты банка «Тинькофф», содержащей, в том числе следующие утверждения:

«А вы уверены, что ваш зарплатный банк дает вам максимум? Возможно вы не получаете проценты на остаток. Но это легко изменить. Переведите ваши доходы на карту Тинькофф-Блек и получайте до 8 % годовых на остаток по счету каждый месяц и кэш-бек до 5 % за любые покупки. Снимайте деньги в любом... абсолютно любом банкомате без комиссии», содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителей: ООО «ГрупЭм» в лице <...> (по доверенности); АО «Тинькофф Банк» в лице <...> (по доверенности),

в отсутствие представителей иных участвующих в деле лиц (надлежащим

образом уведомлены),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-234/77-17 возбуждено в отношении АО «Тинькофф Банк» после изучения материалов, выявленных в ходе проведения административных процедур на основании обращения физического лица о распространении на телеканалах «ТВЦ», «Звезда» рекламы карты банка «Тинькофф», содержащей, в том числе следующие утверждения:

«А вы уверены, что ваш зарплатный банк дает вам максимум? Возможно вы не получаете проценты на остаток. Но это легко изменить. Переведите ваши доходы на карту Тинькофф-Блек и получайте до 8 % годовых на остаток по счету каждый месяц и кэш-бек до 5 % за любые покупки. Снимайте деньги в любом... абсолютно любом банкомате без комиссии».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, 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, а также в соответствии в рекламе иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица при наличии в такой рекламе одно из таких условий.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей лиц, участвующих в деле, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

АО «Тинькофф Банк» (место нахождения: 123060, г. Москва, 1-й Волоколамский пр-т, д. 10, корп. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 28.11.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739642281, ИНН 7710140679.

В ходе проведенной работы, а также на основании сведений и материалов, представленных сторонами по настоящему делу, Комиссией Московского УФАС России установлено, что с января по февраль 2016 года на телеканалах «ТВЦ», «Звезда» распространялась реклама карты банка «Тинькофф», содержащей, в том числе следующие утверждения:

«А вы уверены, что ваш зарплатный банк дает вам максимум? Возможно вы не получаете проценты на остаток. Но это легко изменить. Переведите ваши доходы на карту Тинькофф-Блек и получайте до 8 % годовых на остаток по счету каждый месяц и кэш-бек до 5 % за любые покупки. Снимайте деньги в

любом... абсолютно любым банкомате без комиссии».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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.

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

Реклама размещалась, в том числе, на общедоступных телеканалах, а равно была доступна неопределенному кругу лиц-потребителей рекламы, что не оспаривается лицами, участвующими в деле.

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц-потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство 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.

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 настоящем случае, исходя из комплексного восприятия рекламы, объектом рекламирования выступают услуги, оказываемые АО «Тинькофф Банк», в частности — карты Тинькофф-Блек.

На основании изложенного, спорная информация является рекламой. Данный факт лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

В соответствии с частью 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.

В 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.

Рассматриваемая реклама содержит сведения о возможности снятия наличных с карты банка «Тинькофф» через банкоматы других банков без комиссии, получения процентов на остаток и кэш-бек.

Мелкий шрифт, содержащийся в рекламе, согласно представленным АО «Тинькофф Банк» материалам, содержит следующие сведения:

«Проценты на сумму до 500 000 руб., при наличии операции покупки (ОП) за расчетный период (РП) — 8%, свыше 500 000 руб. или на весь баланс при отсутствии ОП за РП — 4%. Комиссии: за обслуживание Картсчета — в случаях, установленных тарифным планом (ТП) — 0 руб., в др. случаях — 99 руб.; за пополнение у партнеров, переводом с карты др. банка: до 300 000 руб. — 0%, свыше 300 000 руб. - 2%. Исходящий перевод на карту др. банка — 1,5, мин. - 30 руб. Вознаграждение составляет 5 % от суммы покупки, в категориях которые определены на tinkoff.ru и 1% - в остальных категориях. Комиссия за изъятие средств: банковским переводом — 0 %, с использованием карты или внешним переводом через партнеров до 150 000 Р за расчетный период (РП): при операции 3 000 Р и выше — 0%; при операции до 3 000 Р — 90 Р ; для средств свыше 150 000 Р — 2%, минимум 90 Р».

Приведенный выше текст сопровождает видеоряд и голосовое изложение рекламной информации. Однако данные сведения приведены в нижней части видеоролика, выполнены мелким трудно читаемым текстом, что препятствует зрителю (потенциальному потребителю рекламируемого товара) воспринимать содержащиеся в нем сведения.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе фактически отсутствует ряд существенных и менее выгодных для потребителя условий, на которых предоставляется пользование картой банка «Тинькофф», информация о которой содержится в рекламе, в том числе влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если в рекламе информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не

воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

В данном случае дисклеймер TV-рекламы, сопровождавший аудиотекст очевидно был выведен из зоны внимания потребителя. Так привлекательная для потребителя информация выделена голосом, произносится вслух, а также на ней делается акцент путем ее размещения на красном фоне в центре экрана. В тоже время полные условия использования рекламируемого тарифа выполнено мелким шрифтом, расположенным в нижней части экрана и не воспринимается потребителем в силу скорости воспроизведения рекламного видеоролика.

Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что такая информация в рекламе отсутствовала, так как в силу способа ее распространения не была доступна лицам-потребителям рекламы.

На основании вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рекламе карты Тинькофф-Блек, распространяемой с января по февраль 2016 года на телеканалах «ТВЦ», «Звезда», факта нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В силу статьи 5 Федерального закона от 2 декабря 1990 года № 395-1 «О банках и банковской деятельности» к банковским операциям относятся, в том числе, привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады, открытие и введение банковских счетов физических и юридических лиц, осуществление переводов денежных средств по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам.

Пунктом 3 части 3 статьи 149 Налогового кодекса Российской Федерации также установлено, что к банковским операциям относятся привлечение денежных средств организаций и физических лиц во вклады, открытие и ведение банковских счетов организаций и физических лиц, в том числе банковских счетов, служащих для расчетов по банковским картам, а также операций, связанных с обслуживанием банковских карт.

Таким образом, рекламируемые услуги являются услугами, предоставляемыми банками, а равно реклама таких услуг является рекламой банковских услуг, а равно рекламной специального объекта рекламирования, подпадающего под действие статьи 28 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама привлекала внимание потребителей, сообщая о выгодных для потребителя условиях, предоставления рекламируемых финансовых услуг, при этом, как установлено ранее, умалчивала об иных обязательных для выполнения условиях, влияющих на стоимость банковского продукта и возможный доход от его использования.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит

к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе также нарушения пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

В соответствии с представленными в адрес Московского УФАС России документами и сведениями, спорная реклама распространялась с участием следующих лиц: АО «Тинькофф Банк», ООО «МЕГА МЕДИА», ЗАО «ЭД МЕДИА», ООО «ГРУПЭМ», АО «ТВ Центр», ОАО «ТРК ВС РФ «Звезда» на основании заключенных договоров. При этом, лицом, определившим объект рекламирования, а равно рекламодателем спорной рекламы является АО «Тинькофф Банк», что лицами, участвующими в деле данный факт не отрицается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях АО «Тинькофф Банк» как рекламодача спорной рекламы при распространении с января по февраль 2016 года на телеканалах «ТВЦ», «Звезда» распространялась реклама карты банка «Тинькофф», содержащей, в том числе следующие утверждения:

«А вы уверены, что ваш зарплатный банк дает вам максимум? Возможно вы не получаете проценты на остаток. Но это легко изменить. Переведите ваши доходы на карту Тинькофф-Блек и получайте до 8 % годовых на остаток по счету каждый месяц и кэш-бек до 5 % за любые покупки. Снимайте деньги в любом... абсолютно любом банкомате без комиссии», установлено нарушение части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пусть и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи АО «Тинькофф Банк», ООО «МЕГА МЕДИА», ЗАО «ЭД МЕДИА», ООО «ГРУПЭМ», АО «ТВ Центр», ОАО «ТРК ВС РФ «Звезда» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать АО «Тинькофф Банк» нарушившим часть 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе в связи с распространением Обществом в период с января по февраль 2016 года на телеканалах «ТВЦ», «Звезда» рекламы карты банка «Тинькофф», в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, а также иных условиях оказания финансовых услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица при наличии в такой рекламе одно из таких условий.

2. Выдать АО «Тинькофф Банк», ООО «МЕГА МЕДИА», ЗАО «ЭД МЕДИА», ООО «ГРУПЭМ», АО «ТВ Центр», ОАО «ТРК ВС РФ «Звезда» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>