

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/28-1040/2021

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

Резолютивная часть решения объявлена: 20 января 2022 года

Полный текст решения изготовлен: 03 февраля 2022 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела <...>,

член Комиссии – специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

член Комиссии – специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

рассмотрев дело № 012/05/28-1040/2021, возбужденное в отношении АО «Альфа-Банк» по факту распространения в эфире «Еuroра Plus» рекламы финансовых услуг,

УСТАНОВИЛА

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе проведения мониторинга рекламы в октябре 2021 года установлен факт распространения в эфире «Еuroра Plus» рекламы следующего содержания: «Оформите кредит наличными в Альфа - банке по ставке от 5,5 на любую сумму до 7,5 миллионов рублей. Получите решение онлайн за 2 минуты. Альфа банк. Для умных и свободных. АО «Альфа -Банк», содержащей признаки нарушения статьи 5, 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Из письменных пояснений АО «Альфа-Банк» следует, что поскольку рекламное сообщение имеет ограничение по длительности, то разместить

все существенные условия, влияющие на стоимость кредита не представляется возможным. Потребитель вправе ознакомиться со всеми условиями договора кредитования при его подписании.

Сведения о сроке кредита в рекламной информации отсутствуют, поскольку определяются индивидуально при заключении договоров кредитования. Размер платежа не является фиксированным, определяется исходя из выбранных клиентом сумм и срока кредитования. Банк полагает, что в рассматриваемой рекламе отсутствуют сведения, способные ввести потребителя в заблуждение. Рекламная информация размещалась в период 04.10.2021 по 31.10.2021. Дополнительно банк указывает, что рекламодателем является АО «Альфа-Банк», рекламопроизводителем ИП Р., рекламораспространителем компания «Europa Plus».

Из письменных пояснений ООО «Медиа Плюс» следует, что на основании приложения № 2.14 от 28.09.2021 к договору на оказание услуг по размещению рекламы радиостанции № 20-20-458 от 01.11.2020. Оказанные услуги по размещению рекламы были приняты ООО «МЕДИА КЛУБ». Готовый макет в виде аудиозаписи предоставлен ООО «МЕДИА КЛУБ». Дополнительно общество представило письмо ЗАО «Европа Плюс» о полномочиях ООО «Медиа Плюс», в соответствии с которым ООО «Медиа Плюс» вправе размещать рекламу в эфире радиоканал «Европа Плюс» на основании заключенного с ЗАО «Европа Плюс» договора.

Из письменных пояснений ООО «МЕДИА КЛУБ» следует, что общество является рекламным агентством, оказывает клиентам услуги, привлекая рекламораспространителей. ООО «МЕДИА КЛУБ» в целях размещения рекламного материала, представленного ООО «АМС-ОМД», заключило с АО «Медиа Плюс» договор на распространение рекламной информации № 20-20-458 от 01.11.2020.

Из письменных пояснений ООО «АМС-ОМД» следует, что между АО «Альфа-Банк» и обществом заключен договор № 21/12/18-AMS от 21.12.2018. В целях исполнения вышеуказанного договора общество заключило договор с ООО «МЕДИА КЛУБ».

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы, документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в деле, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со ст. 1 Закона о рекламе целями данного Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а

также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Целью любого закона является защита и охрана определенных общественных интересов. Включение законодателем в цели Закона о рекламе предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, говорит о том, что распространение такой рекламы уже является угрозой общественным интересам, охраняемым данным законом.

В соответствии с п. 1, 2, 3 ст. 3 Закона о рекламе реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

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 внимания к которым направлена реклама.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками - распространена на радио; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемые соответствующим рекламодателем и осуществляемой им деятельности.

Ст.5 Закона о рекламе установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу п. 4 ч. 1 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Из содержания текста рекламы следует, что объектом рекламирования выступают услуги кредитования, то есть финансовая услуга, а именно услуга по предоставлению кредитов с процентной ставкой от 5,5 % годовых сроком до 7,5%, в том числе деятельность, оказываемая АО «Альфа – Банк».

Согласно пункту 6 статьи 4 Закона о защите конкуренции, финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания

инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Таким образом, согласно Закону о защите конкуренции, под финансовую услугу подпадают конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением, размещением денежных средств, но только в случае, если они оказываются финансовой организацией. При этом перечень финансовых организаций содержится в пункте 6 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции». Данный перечень является закрытым.

Согласно [ч. 1 ст.819](#) ГК РФ, по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Согласно [ст. 1, 2, 3](#) Федерального закона от 16.07.1998 г. № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге имущества)», ипотека представляет собой способ обеспечения обязательств - уплату залогодержателю основной суммы долга по кредитному договору или иному обеспечиваемому ипотекой обязательству полностью либо в части, предусмотренной договором об ипотеке.

Принимая во внимание положение вышеуказанных норм и содержания рассматриваемой рекламы следует, что под ипотекой в рассматриваемом случае следует понимать долгосрочный ипотечный жилищный кредит - кредит или заем, предоставляемый банком (кредитной организацией) для приобретения жилья под залог приобретаемого жилья в качестве обеспечения обязательств.

Само содержание спорной рекламы подтверждает ее направленность на привлечение внимания потенциальных покупателей, в том числе, и к возможности получения ипотечного кредита на приобретение объекта недвижимости. Таким образом, в рекламе предложены также и услуги ипотечного кредитования.

Таким образом, рассматриваемая реклама является также рекламой финансовой услуги - ипотечного кредита и на нее распространяются специальные требования.

В соответствии с [ч. 7 ст. 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.

Согласно [ч. 3 ст. 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 [ч. 1 ст. 6](#) Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее - Закон о потребительском кредите (займе)), полная стоимость потребительского кредита (займа), рассчитанная в порядке, установленном настоящим Федеральным законом, размещается в квадратной рамке в правом верхнем углу первой страницы договора потребительского кредита (займа) перед таблицей, содержащей индивидуальные условия договора потребительского кредита (займа), и наносится прописными буквами черного цвета на белом фоне четким, хорошо читаемым шрифтом максимального размера из используемых на этой странице размеров шрифта. Площадь квадратной рамки должна составлять не менее чем пять процентов площади первой страницы договора потребительского кредита (займа).

Согласно [п. 25](#) Постановления Пленума ВАС РФ 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.).

При этом полная стоимость кредита (займа) должна соответствовать требованиям [ст. 6](#) Закона о потребительском кредите.

Согласно [ч. 4 ст. 6](#) Закона о потребительском кредите потребительском кредите (займе), в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются с учетом особенностей, установленных настоящей статьей, следующие платежи заемщика:

В расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются с учетом особенностей, установленных настоящей статьей, следующие платежи заемщика:

1) по погашению основной суммы долга по договору потребительского кредита (займа);

2) по уплате процентов по договору потребительского кредита (займа);

3) платежи заемщика в пользу кредитора, если обязанность заемщика по таким платежам следует из условий договора потребительского кредита (займа) и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от совершения таких платежей;

4) плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа);

5) платежи в пользу третьих лиц, если обязанность заемщика по уплате таких платежей следует из условий договора потребительского кредита (займа), в котором определены такие третьи лица, и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от заключения договора с третьим лицом. Если условиями договора потребительского кредита (займа) определено третье лицо, для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) используются применяемые этим лицом тарифы. Тарифы, используемые для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа), могут не учитывать индивидуальные особенности заемщика. Если кредитор не учитывает такие особенности, заемщик должен быть проинформирован об этом. В случае, если при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа) платежи в пользу третьих лиц не могут быть однозначно определены на весь срок кредитования, в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются платежи в пользу третьих лиц за весь срок кредитования исходя из тарифов, определенных на день расчета полной стоимости потребительского кредита (займа). В случае, если договором потребительского кредита (займа) определены несколько третьих лиц, расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) может производиться с использованием тарифов, применяемых любым из них, и с указанием информации о лице, тарифы которого были использованы при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа), а также информации о том, что при обращении заемщика к иному лицу полная стоимость потребительского кредита (займа) может отличаться от расчетной;

6) сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо, признаваемое его близким родственником;

7) сумма страховой премии по договору добровольного страхования в случае, если в зависимости от заключения заемщиком договора добровольного страхования кредитором предлагаются разные условия договора потребительского кредита (займа), в том числе в части срока возврата потребительского кредита (займа) и (или) полной стоимости

кредита (займа) в части процентной ставки и иных платежей.

Поскольку такие условия кредита как процентная ставка за пользование денежными средствами, сумма кредита, размер первоначального взноса определяют стоимость кредита, а, следовательно, влияют на его полную стоимость, то данные условия являются существенными и способными повлиять на выбор потребителя.

Указание всех существенных условий определяющих полную стоимость кредита (займа), является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителя.

Рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться предоставляемой услугой. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение приобрести рекламируемый товар.

Указание в рекламе всех условий, определяющих полную стоимость кредита (займа), является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Так, АО «Альфа-Банк» представлены следующие документы: «Условия проведения Кампании «По изменения ставок по продукту «Кредит наличными» для клиентов Розничного Бизнеса АО «Альфа-Банк», утвержденные распоряжением АО «Альфа-банк» № 245 от 01.03.2021», Основные параметры и условия предоставления продукта «Кредит наличными» клиентам (заемщикам) Розничного Бизнеса АО «Альфа-Банк», утверждённые распоряжением АО «Альфа-Банк» от 12.01.2007 № 8.

В рассматриваемой рекламе указана процентная ставка и максимальная сумма кредита, однако иные условия, определяющие стоимость кредита для заемщика не указаны, следовательно, в рассматриваемой рекламе отсутствует часть существенной информации для потребителя.

Таким образом рекламная информация АО «Альфа-Банк» нарушает требования ч. 7 ст. 5, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

П. 5, 6, 7 ст. 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель -

изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно сведениям, представленным в антимонопольный орган, рассматриваемая реклама, распространялась на территории Российской Федерации

Согласно сведениям из ЕГРЮЛ, АО «Альфа-Банк» (<...>) зарегистрировано на территории г. Москва.

Таким образом, Марийским УФАС России рассматриваются действия лица, находящегося на территории субъекта Российской Федерации, на который не распространяются полномочия Марийского УФАС России на рассмотрение дела о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с чем, Марийским УФАС России в адрес ФАС России направлено ходатайство о наделении полномочий по рассмотрению дела о рекламе.

Письмом ФАС России от 11.11.2021 вх. №КТ /95559/21 Марийское УФАС России наделено полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении АО «Альфа-Банк» по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 7 ст. 5, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе несет рекламодатель, которым в силу п. 5 ст. 3 Закона о рекламе является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Марийским УФАС России установлено и АО «Альфа-Банк» не оспаривается, что рекламодателем спорной рекламы является банк, рекламораспространителем ЗАО «Европа Плюс».

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, Марийским УФАС России установлено, что рекламная информация в настоящее время не распространяется. В материалах дела имеется эфирная справка 125885.

Руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и

в соответствии с пунктами 37 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу финансовых услуг, распространяемую в эфире «Еuroра Plus» в октябре 2021 года следующего содержания: «Оформите кредит наличными в Альфа - банке по ставке от 5,5 на любую сумму до 7,5 миллионов рублей. Получите решение онлайн за 2 минуты. Альфа банк. Для умных и свободных. АО «Альфа -Банк», поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии