

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 08/05/5-29/2024

и назначении дела к рассмотрению

«03» апреля 2024 г. г. Москва

Председатель Комиссии ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Таукенова К.М., рассмотрев материалы по факту распространения рекламы программы лояльности АО «Альфа-Банк» в декабре 2023 года в эфире телеканала «Первый канал»,

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России обратился гражданин с жалобой на рекламу АО «Альфа-Банк», распространявшуюся в эфире Первого канала в декабре 2023 года.

В видеоряде рекламы демонстрируется утверждение «Лучшая программа лояльности» и диктор произносит: «Лучшая программа лояльности для бизнеса». Данные утверждения сопровождаются поясняющей сноской, которая составляет 5% площади кадра и демонстрируется в течение 3 секунд, со следующей информацией:

- «Проект «Программа лояльности для предпринимателей «Деньги сверху»» - победитель номинации «Лучшая программа лояльности» в сегменте B2B по результатам Loyalty Awards Russia (Лояли Эвордс Россия), 2023 г.

Также в видеоряде рекламы демонстрируется утверждение «Платим 3 000 руб.» и диктор произносит: «Платим 3 000 руб. за открытие счета».

Данные утверждения сопровождаются поясняющей сноской, которая составляет 6% площади кадра и демонстрируется в течение 3 секунд, со следующей информацией:

- «3 000 баллов в акции «Новогодние баллы» клиентам – ИП и юридическим лицам за открытие первого счета в банке на всех пакетах услуг, кроме «Нотариус». Сроки акции: с 3-его по 31-е декабря 2023 г. Баллы начисляем до 16 января 2024 г. – могут быть использованы по правилам программы лояльности «Деньги сверху», в том числе обменяны на рубли».

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «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 частью 7 статьи 5 Федерального 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.

Использованное в рекламе утверждение «лучшая программа лояльности для бизнеса» в отношении программы лояльности, реализуемой АО «Альфа-Банк», указывает на превосходство данной программы лояльности в сравнении с программами лояльности других банков, поскольку степень «лучший» подразумевает, что рекламируемая программа является первой из числа других однородных программ, обладая более высокими достоинствами и преимуществом перед ними.

При использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые указывают на превосходство товара перед товарами иных производителей («лучший», «№1» и пр.), должны быть указаны критерии, по которым осуществляется сравнение и которые обосновывают данное утверждение.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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.

Текст сноски, в которой указывается критерий сравнения программы лояльности, выполнен мелким шрифтом, размещен на 5% площади кадра и также демонстрируется в рекламном видеоролике в течение 3-х секунд.

Форма и условия размещения рекламы не позволяют потребителям воспринять (прочитать) текст с критериями, обосновывающими утверждение «лучший», ввиду мелкого шрифта и короткого времени показа, в отличие от информации о первенстве программы лояльности АО «Альфа-Банк», которая в рекламе приводится крупным шрифтом и на которой фиксируется внимание потребителей.

Формальное присутствие в рекламе критерия, по которому проводилось сравнение программ лояльности, не позволяет потребителю

воспринимать поясняющие рекламные сведения и не может рассматриваться как их наличие, соответственно фактически потребители данную информацию не получали.

Следовательно, в рекламе отсутствуют критерии сравнения в виду невозможности восприятия поясняющего текста сноски, соответственно, невозможно установить обоснованность того, что программа лояльности АО «Альфа-Банка», действительно является «лучшей».

При данных обстоятельствах указание на превосходство программы АО «Альфа-Банк» над иными программами лояльности является некорректным и вводит потребителей в заблуждение относительно такого превосходства. Критерии сравнения невозможно воспринять, следовательно, часть существенной для потребителя информации отсутствует.

С учетом изложенного в рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе сообщается: «Платим 3 000 руб. за открытие счета».

При этом исходя из содержания сноски, баллы начисляются только за открытие первого счета. Данная информация является существенной для потребителей.

Форма и время размещения текста сноски не позволяют потребителям воспринять (прочитать) данный текст в отличие от информации, которая в рекламе приводится крупным шрифтом и продиктованная диктором. Соответственно, потребители не получают всю необходимую информацию обо всех условиях рекламируемых услуг для осознанного выбора.

Формальное присутствие в рекламе существенных сведений не позволяет потребителю воспринимать поясняющие рекламные сведения и не может рассматриваться как их наличие, соответственно фактически потребители данную существенную информацию не получали, что может способствовать введению в заблуждение потребителей.

В случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой финансовой услуги, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были

доведены для неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил существенную информацию.

Таким образом, в указанной рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является АО «Альфа-Банк» (адрес: 107078, г. Москва, ул. Каланчевская, д. 27, ИНН: 7728168971; ОГРН: 1027700067328), КПП 770801001, дата регистрации: 26.07.2002).

На основании пункта 1 части 2, части 7 статьи 5, пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № **08/05/5-29/2024** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Признать лицами, участвующими в деле:

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

АО «Альфа-Банк» (адрес: 107078, г. Москва, Каланчевская ул., д. 27, ИНН: 7728168971, ОГРН: 1027700067328 КПП: 770801001, дата регистрации: 24.02.1998).

3. Назначить дело № **08/05/5-29/2024** к рассмотрению на **07 мая 2024 года в 14:00** по адресу: ул. Садовая-Кудринская, д. 11, каб. 204КУБ т. 8(499) 755-23-23 (вн. 088-).
4. АО «Альфа-Банк» надлежит в срок до 30 апреля 2024 года представить в ФАС России следующие документы и материалы:

копии учредительных документов АО «Альфа-Банк» (устав, свидетельство о постановке на налоговый учет, свидетельство ЕГРЮЛ и иные) с последующими изменениями;

копии документов, подтверждающих полномочия генерального директора;

копии (образцы, макеты, записи на флеш-накопителях и пр.) рекламы программы лояльности АО «Альфа-Банк», распространявшейся в декабре 2023 года в эфире телеканала «Первый канал»;

копии платежных поручений и иных финансовых документов, на основании которых распространялась реклама программы лояльности АО «Альфа-Банк» в декабре 2023 года в эфире телеканала «Первый канал»;

информацию о масштабах (средствах и способах, периоде и территории распространения) рекламной кампании программы лояльности в 2023 г., в том числе, информация о периоде распространения рассматриваемой рекламы программы лояльности АО «Альфа-Банк» в эфире телеканалов;

справку о полной стоимости рекламной компании за период рекламирования программы лояльности АО «Альфа-Банк» в 2023 г.;

письменные объяснения по существу предъявляемых претензий и обстоятельствам проведения рекламной кампании.

Все документы и материалы должны быть надлежаще оформлены и заверены.

Явка представителей АО «Альфа-Банк», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, обязательна (для представителей организации - подлинная доверенность на представление интересов организации, в том числе по делу № **08/05/5-29/2024**).

Для обеспечения пропусков в здание ФАС России фамилии и паспортные данные представителей необходимо в обязательном порядке сообщить заранее: для граждан Российской Федерации - за 1 день (по электронной почте <...>, @fas.gov.ru или по телефону 8(499) 755-23-23 (вн. 088-)).

Лица, участвующие в деле, вправе ходатайствовать об участии в рассмотрении дела с использованием системы видео-конференц-связи. Ходатайство необходимо направить за пять рабочих дней до рассмотрения дела (на почту <...>, @fas.gov.ru) с указанием контактных данных представителей.

Председатель Комиссии

К.М. Таукенова

