

О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

об отложении рассмотрения дела № 08/05/5-29/2024

по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

07 мая 2024 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Заместитель председателя Комиссии:

Никитина Т.Е. — начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Члены Комиссии:

<...>, <...>, <...>,

рассмотрев материалы по факту распространения рекламы программы лояльности АО «Альфа-Банк» в декабре 2023 года в эфире телеканала «Первый канал»,

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

АО «Альфа-Банк» (адрес: 107078, г. Москва, ул. Каланчевская, д. 27, ИНН: 7728168971; ОГРН: 1027700067328), КПП 770801001, дата регистрации: 26.07.2002) — уведомлено надлежащим образом, заявило ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителей,

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 завершение рекламы в видеоряде демонстрируется утверждение утверждения «Кэшбэк до 10% за расходы» и диктор произносит: «И до 10% кэшбэка за расходы».

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

«Кэшбэк до 10% баллами в программе лояльности «Деньги сверху» в 5 категориях на выбор с 25-го по последний день каждого месяца. Сумма максимального кэшбэка зависит от уровня и типа карты. Максимум накопленных баллов в месяц — 3000. АО «Альфа-Банк». Ген.лицензия ЦБ РФ № 1326 от 16.01.2015 г. Подробности — на alfabank.ru. Реклама».

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 краткого 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», «Кэшбэк до 10% за расходы».

При этом исходя из содержания сносок, баллы начисляются только за открытие первого счета, а кэшбэк до 10% баллами начисляется в программе лояльности «Деньги сверху» в 5 категориях на выбор с 25-го по последний день каждого месяца. Сумма максимального кэшбэка зависит от уровня и типа карты. Максимум накопленных баллов в месяц — 3000. 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).

Комиссия ФАС России усмотрела наличие признаков нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в способе сообщения существенной информации об условиях получения кэшбэка до 10% за расходы.

В этой связи на основании пункта 38 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Рассмотрение дела № **08/05/5-29/2024** отложить.

2. Назначить дело № **08/05/5-29/2024** к рассмотрению на **10 июня 2024 года в 15:30** по адресу: г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, д.11, каб. 204 КУБ т. 8(499) 755-23-23 (вн. 088-474, 088-437).

3. АО «Альфа-Банк» надлежит в срок до **06 июня 2024 года** представить ФАС России следующие документы и материалы:

письменные объяснения по существу предъявляемых претензий.

Все документы должны быть надлежаще оформлены и заверены.

Явка представителей АО «Альфа-Банк», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна (для представителей – подлинная доверенность на представление интересов организации 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.

Т.Е. Никитина

Председатель Комиссии

<...>, <...>, <...>

Члены Комиссии: