

Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу

об административном правонарушении № 011/04/14.3-706/2022

31 августа 2022 года

№ 03-06/6845

г. Сыктывкар

<...>

Врио заместителя руководителя управления - начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России), адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А, <...>, рассмотрев протокол от 16.08.2022 и материалы дела № 011/04/14.3-706/2022 о совершении <...>, административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ),

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело возбуждено протоколом Коми УФАС России от 16.08.2022, составленным в отсутствие <...>, надлежащим образом извещенного о времени и месте составления протокола об административном правонарушении.

Определением Коми УФАС России от 16.08.2022 № 03-06/6403 рассмотрение дела № 011/04/14.3-706/2022 назначено на 31.08.2022 на 12 часов 00 минут. Копии вышеуказанного протокола и определения направлены Коми УФАС

России в адрес <...>17.08.2022.

Письмом Исх32/30122/26.08.22 (вх. № 4702э от 26.08.2022) <...>представил запрашиваемые вышеуказанным определением копии документов и письменную информацию.

Учитывая изложенное, <...> надлежащим образом извещён о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении № 011/04/14.3-706/2022.

Административное дело № 011/04/14.3-706/2022 рассмотрено в отсутствие <...>.

В ходе рассмотрения настоящего административного дела должностным лицом Коми УФАС России установлено следующее.

В Коми УФАС России поступило заявление <...>от 19.03.2022 (вх. № 1620-э от 21.03.2022) о распространении на абонентский номер заявителя СМС-сообщения с нарушением требований рекламного законодательства.

По результатам рассмотрения указанного заявления было принято решение о возбуждении дела № 011/05/18-307/2022 в отношении ООО «ОСК» по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/3057 от 14.04.2022, в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых в ходе дела обстоятельствах, привлечено АО «Альфа-Банк».

Определением № 03-01/3834 от 13.05.2022 срок рассмотрения дела был продлён, произведена замена статуса АО «Альфа-Банк» как лица, располагающего сведениями о рассматриваемых в ходе дела обстоятельствах, на статус лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «АйДиджитал».

Из материалов дела № 011/05/18-307/2022 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

Из заявления следует, что на абонентский номер заявителя +<...> с абонентского номера с буквенным обозначением «Alfa-Bank» 02.12.2021 в 16 часов 26 минут поступило СМС-сообщение следующего содержания: «Кэшбэк 1% на бизнес-расходы,Эквайринг за 1,39% или бесплатный РКО в Альфе на полгода.Такого больше нет нигде <https://alfa.link/b9p6X6>».

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена в форме СМС-сообщения;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – услугам «Альфа-Банк», формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная в форме СМС-сообщения на абонентский номер заявителя, является рекламой (далее – рассматриваемая реклама).

В силу положений, установленных ч. 1 ст. 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 п. 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. 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.

Заявитель указывает, что своего согласия на получение рассматриваемой рекламы он не давал.

Согласно п. 2 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга – банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

При наборе в поисковой строке ссылки, содержащейся в СМС-сообщении, осуществляется переход на страницу https://partner.alfabank.ru/l/partner_welcome?bonus=true&bald=a194cf49-6892-44c2-b116-d3ba31491150. На указанной Интернет-странице размещена информация «Счёт для бизнеса на персональных условиях», в том числе указаны условия обслуживания, преимущества счёта в Альфа-Банке, а также размещена форма заявки на открытие счёта.

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама является рекламой финансовых услуг.

В силу ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Согласно п. 1 ст. 54 ГК РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на организационно-правовую форму, а в случаях, когда законом предусмотрена возможность создания вида юридического лица, указание только на такой вид. Наименование некоммерческой организации и в предусмотренных законом случаях наименование коммерческой организации должны содержать указание на характер деятельности юридического лица.

Пунктом 4 ст. 54 ГК РФ установлено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование.

В соответствии с пунктами 1 и 2 ст. 1473 ГК РФ 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. 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.

Рассматриваемая реклама не содержит наименования лица, оказывающего финансовые услуги.

Согласно п. 2 ч. 2 ст. 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.

В рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В рассматриваемой рекламе указано «Кэшбэк 1% на бизнес-расходы, Эквайринг за 1,39% или бесплатный РКО в Альфе на полгода». Однако реклама не содержит всех остальных условий, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

По ссылке, указанной в рассматриваемой рекламе, размещена следующая информация:

«Откройте расчётный счёт до конца года и воспользуйтесь одним из трёх персональных предложений для вашего бизнеса

Вернём до 10000 за расходы на бизнес

Для вас – 1% кэшбэка за расходы на бизнес до конца месяца. Просто откройте расчётный счёт и получите деньги на счёт

От 1100 нужно потратить до конца месяца

5000 получайте гарантировано

До 10000 максимум за все расходы в месяц

В акции участвуют траты от 1100 .

- по любой бизнес-карте Альфа-Банка, кроме кредитной;
- переводы физическому или юридическому лицу в любой банк;
- переводы на свой счёт или счёт физического лица в Альфа-Банке.

Бесплатное обслуживание расчётного счёта на 180 дней

Откройте расчётный счёт на пакете услуг: Удачный выбор, Лучший старт или ВЭД+ и не платите за обслуживание в течение 180 дней. Бонусы, доступные сразу после открытия счёта до 12.12.2021:

Бесплатная подписка на переводы 180 дней бесплатная подписка на переводы юридическим лицам с 13 декабря

Депозит по ставке 6,6% от 3-х месяцев повышенная ставка на депозит

2x кэшбэк до конца года Удвоенный кэшбэк по всем операциям

Эквайринг за 1,39%

Для вас – комиссия по эквайрингу от 1,39%. Просто откройте расчётный счёт

и получите дополнительные бонусы:

50 бесплатных переводов юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям

300 000 бесплатных переводов физическим лицам и на свой собственный счёт

0 внесение наличных на расчётный счёт в банкоматах Альфа-Банка».

Согласно п. 24 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в соответствии с частями 1 и 3 статьи 28 Закона о рекламе в рекламе должны быть указаны наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и иные финансовые услуги, а также условия оказания этих услуг. Наличие в рекламе информации о возможности получения (уточнения) сведений об условиях оказания соответствующих услуг у сотрудников организации, предоставляющей такие услуги, или иных консультантов, обладающих необходимыми сведениями об условиях оказания данных услуг, не освобождает рекламодателя 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.

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.

Указание остальных условий, определяющих полную стоимость финансовой услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей и является существенной для потребителя информацией.

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама распространена в нарушение требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, ответственность несет рекламораспространитель.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло

по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно письменным пояснениям ООО «ОСК», представленным в материалы рекламного дела, рассматриваемое СМС-сообщение поступило на оборудование Общества от ООО «АйДиджитал» на основании заключённого с указанной компанией договора № 0111/15 от 01.11.2015. Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «АйДиджитал». По указанному договору ООО «ОСК» оказывает Клиенту техническую услугу предоставления доступа к программному обеспечению, обеспечивающему доставку СМС-сообщений Клиента СМС-серверу оператора связи. В соответствии с договором, формирование и отправка СМС-сообщений осуществляется Клиентом самостоятельно, без согласования с ООО «ОСК» текстов и адресатов направляемых сообщений. При этом ООО «ОСК» не имеет технической возможности каким-либо образом формировать, дополнять, обрабатывать поступающие от Клиента СМС-сообщения. Программное обеспечение ООО «ОСК» лишь осуществляет передачу текста СМС-сообщения и номера адресата сообщения на оборудование оператора связи; указанная передача происходит в автоматическом режиме без какого-либо вмешательства со стороны ООО «ОСК».

Согласно письменным пояснениям ООО «АйДиджитал», представленным в материалы рекламного дела, Общество является оператором телематических услуг связи, оказывающим услуги в соответствии с Правилами оказания телематических услуг связи, утв. Постановлением Правительства РФ от 10.09.2007 № 575, на основании Лицензии № ЛО30-00114-77/00070500 (№ 173139, присвоенный до 01.03.2022) от 10.06.2019 на оказание телематических услуг связи. Рекламодателем, рекламораспространителем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является АО «Альфа-Банк». Между ООО «АйДиджитал» (Исполнитель) и АО «Альфа-Банк» (Заказчик) заключен договор № 0103/15 от 27.03.2015 (далее - Договор), согласно условиям которого Исполнитель предоставляет Заказчику возможность направлять Сообщения, а Заказчик обязуется принимать оказанные Исполнителем услуги и оплачивать их в соответствии с условиями Договора. ООО «АйДиджитал» не является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы, поскольку Общество направляло конкретные

сообщения определённому лицу в соответствии с указаниями, поступившими от АО «Альфа-Банк». Данные действия по передаче сообщения соответствуют определению предоставления информации, т.е. действий, направленных на получение информации определенным кругом лиц или передачу информации определенному кругу лиц в понимании п. 8 ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Кроме того, в соответствии со сложившейся судебной практикой, поставщик услуг связи (телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи), который только обеспечил подключение к сети электросвязи и не осуществляет непосредственно распространение рекламы, рекламораспространителем не является.

По мнению ООО «АйДиджитал», рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является АО «Альфа-Банк», поскольку АО «Альфа-Банк» осуществляло выбор получателей. Кроме того, текст сообщения был сформирован, а само сообщение было отправлено с оборудования АО «Альфа-Банк», имеющего техническое соединение с программным комплексом ООО «АйДиджитал», что подразумевает техническую возможность отправки сообщений абонентам без участия третьих лиц. Текст сообщений не согласуется между ООО «АйДиджитал» и рекламораспространителем, так как ООО «АйДиджитал» не имеет доступа к содержанию формируемых и отправляемых АО «Альфа-Банк» СМС-сообщений в силу законодательных ограничений.

Согласно 2.1 вышеуказанного Договора Заказчик обязуется своевременно предоставлять Исполнителю всю информацию, материалы, средства, необходимые для оказания Исполнителем Услуг по настоящему Договору, которые по своему содержанию должны соответствовать требованиям действующего законодательства РФ, в том числе Закону о рекламе.

В силу п. 2.5 Договора Заказчик несет полную ответственность перед Исполнителем, Абонентами и третьими лицами, в частности, компетентными государственными органами, за содержание Сообщений и факт их приёма-передачи в рамках оказания Услуг.

В соответствии с п. 2.6 Договора Стороны отдельно оговорили, что Заказчик обязуется получить согласие Абонентов, которым направляются Сообщения Заказчика, на получение Абонентами таких Сообщений Заказчика в порядке и в форме, предусмотренной законодательством Российской Федерации. При этом Стороны особо согласовали, что согласие Абонентов считается неполученным в случае, если Заказчик не представил достаточных доказательств факта получения согласия Абонентов, которым направляются Сообщения Заказчика, на получение Абонентами таких Сообщений Заказчика.

Согласно п. 5.5 Договора Заказчик несет ответственность перед Исполнителем и третьими лицами (в частности, Абонентами и

государственными органами) за содержание любых сведений, предоставленных Заказчиком, в том числе за содержание Сообщений, приём-передача которых осуществляется в рамках настоящего Договора, и факт их приёма-передачи в рамках оказания Услуг.

В соответствии с п. 5.7 Договора Заказчик несет ответственность за полноту и достоверность предоставляемой Абонентам информации.

В силу п. 5.8 Договора Заказчик гарантирует, что сообщения будут направляться только тем Абонентам, которые дали Заказчику предварительное и надлежаще оформленное согласие на получение ими рекламы или информационных Сообщений по сетям электросвязи.

Согласно письменным пояснениям АО «Альфа-Банк», представленным в материалы рекламного дела, рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является АО «Альфа-Банк». Содержание рассматриваемой рекламы определено и утверждено <...>. Распространение рекламы прекращено. Банк не располагает согласием <...> на получение рассматриваемой рекламы. Реклама была направлена вследствие ненадлежащего исполнения своих должностных обязанностей <...>.

Как указывает АО «Альфа-Банк», избранный формат в виде СМС-сообщения предполагает технические ограничения по количеству символов, в связи с чем содержательно в нём отражены наиболее важные характеристики и параметры, кроме того, вслед за привлечением внимания и формированием первичного интереса к продукту/услуге потребитель обратится в кредитную организацию для получения исчерпывающей информации. Рекламное сообщение имеет ограничение по длительности (количеству символов), в то время как договор потребитель заключает, имея возможность ознакомиться со всеми условиями и правилами.

По мнению АО «Альфа-Банк», представленная в рекламном сообщении информация не способствует введению в заблуждение потребителя и не искажает смысл сообщения. Рекламное сообщение, имея целью привлечение внимания, не содержит данных, не соответствующих действительности. Таким образом, АО «Альфа-Банк» не нарушало положений ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Комиссией Коми УФАС России установлено, что рекламораспространителем, рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является АО «Альфа-Банк».

Комиссия Коми УФАС России, рассмотрев вышеуказанные доводы АО «Альфа-Банк», пришла к нижеследующим выводам.

В рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть

ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В рассматриваемой рекламе указано «Кэшбэк 1% на бизнес-расходы, Эквайринг за 1,39% или бесплатный РКО в Альфе на полгода». Однако реклама не содержит всех остальных условий, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

При переходе по интернет-ссылке, указанной в рассматриваемой рекламе, размещена подробная информация о возможностях оказания указанных в рекламе финансовых услуг.

Вместе с тем, указание остальных условий, определяющих полную стоимость финансовой услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей и является существенной для потребителя информацией.

Довод АО «Альфа-Банк» о том, что избранный формат в виде СМС-сообщения предполагает технические ограничения по количеству символов, в связи с чем содержательно в нём отражены наиболее важные характеристики и параметры, кроме того, вслед за привлечением внимания и формированием первичного интереса к продукту/услуге потребитель обратится в кредитную организацию для получения исчерпывающей информации, не может быть принят во внимание, поскольку рассматриваемое СМС-сообщение является рекламой - законченным информационным продуктом, полученным абонентом подвижной радиотелефонной связи - потребителем рекламы. Иная информация, дополнительно доведенная посредством других носителей, уже не является составной частью данной рекламы. Закон о рекламе при определении необходимой полноты информации, содержащейся в рекламе, не ставит ее в зависимость от возможности получения дополнительной информации из других источников. Недостаточная информированность клиента о наименовании финансовой организации и о полных условиях предоставления финансовой услуги может привести к заключению сделки на невыгодных для клиента условиях.

Кроме того, направление СМС-сообщения с активной гиперссылкой для перехода на сайт рекламодателя предполагает переход абонента по данной гиперссылке и не учитывает ситуацию, при которой у потребителя на телефоне может отсутствовать техническая возможность для перехода по такой ссылке, либо его тарифный план не предусматривает пользование интернетом.

Кроме того, любой переход по гиперссылке влечет для потребителя рекламы дополнительные временные затраты и дополнительный расход трафика, необходимый для загрузки страниц сайта, а, следовательно, дополнительные финансовые затраты.

В связи с чем, рассматриваемая реклама распространена с нарушением

требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодаделец и рекламодатель - АО «Альфа-Банк», на которого в силу ч.ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе возложена ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, не предпринял достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути уклонился от обязанности по контролю за соответствием распространяемой посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде СМС-сообщения рекламы Закону о рекламе, что является исключительной зоной ответственности рекламодавателя и рекламодателя.

В соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ, размещённой на официальном сайте ФНС России, предметом деятельности АО «Альфа-Банк» является денежное посредничество прочее.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена и распространена АО «Альфа-Банк» с целью получения Обществом прибыли от экономической деятельности, что отвечает предмету предпринимательской деятельности.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, произошло по вине рекламодателя рассматриваемой рекламы - АО «Альфа-Банк».

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, произошло по вине рекламодавателя рассматриваемой рекламы АО «Альфа-Банк».

Таким образом, из материалов рекламного дела усматривается, что АО «Альфа-Банк» не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении и размещении рассматриваемой рекламы, что и привело к нарушению.

Согласно письменным пояснениям АО «Альфа-Банк», представленным в материалы рекламного дела, должностным лицом, ответственным за контроль соблюдения Обществом законодательства о рекламе, является <...>.

АО «Альфа-Банк» в материалы рекламного дела представлены также копия должностной инструкции <...>, копия приказа № 150203/0410/Л от 03.02.2015, копия трудового договора № 99910 от 03.02.2015, а также копия дополнительного соглашения к трудовому договору от 21.12.2020.

Согласно п.п. 3.1.3, 3.1.4, 3.1.5, 3.1.11, 3.1.16 должностной инструкции <...> работник обязан проводить оценку и обработку рисков по новым и

действующим процессам ММБ, в том числе пилотным проектам; обеспечивать реализацию системы по управлению операционными рисками в Малом и микробизнесе; подготавливать и выносить все вопросы от ММБ, связанные с запуском и развитием процессов, в том числе, пилотных проектов, на рассмотрение и согласование профильным подразделениям Банка с целью дальнейшей обработки выявленных по ним рисков; разрабатывать и выполнять стратегию управления операционными рисками в ММБ в соответствии со стратегией управления операционными рисками Банка; координировать взаимодействие между бизнес-линиями и профильными подразделениями для реализации проектов.

Согласно письменным пояснениям <...>, представленным в материалы рекламного дела, его должностной инструкцией, среди прочего, установлены квалификационные требования, соответствие которым необходимо для исполнения обязанностей по занимаемой должности: опыт работы в направлении операционных рисков и проектной деятельности; знание действующего законодательства Российской Федерации. Как указал <...>он организует кросс-функциональное взаимодействие подразделений, является лицом, принимающим общее решение о допустимости тех или иных активностей Банка на основе анализа массы показателей, в том числе соответствия требованиям Закона о рекламе. Обеспечение соответствия реализуемых бизнес-процессов (по вверенному направлению) требованиям локальных нормативных актов Банка и законодательства Российской Федерации является (и являлось на момент распространения рассматриваемой рекламы) прямой обязанностью <...>Рассматриваемая реклама направлена заявителю ошибочно, в результате необеспечения <...>надлежащего контроля в части наличия согласия на получение рекламы.

Вместе с тем, относительно соблюдения требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе <...>указал, что избранный формат (СМС-сообщение) предполагает технические ограничения по количеству символов, в связи с чем содержательно в ней отражены наиболее важные характеристики и параметры. Постановлением Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями, что, учитывая понятие рекламы, даёт основание полагать, что вслед за привлечением внимания и формированием первичного интереса к продукту/услуге потребитель обратится в кредитную организацию для получения исчерпывающей информации. Рекламное сообщение имеет ограничение по длительности (количеству символов), в то время как договор потребитель заключает, имея возможность ознакомиться со всеми условиями и правилами. По мнению <...>представленная в рекламном сообщении информация не способствует введению в заблуждение потребителя и не искажает смысл сообщения. Рекламное сообщение, имея целью привлечение внимания, не содержит

данных, не соответствующих действительности.

Должностное лицо Коми УФАС России, рассмотрев вышеуказанные доводы <...>приходит к нижеследующим выводам.

В рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В рассматриваемой рекламе указано «Кэшбэк 1% на бизнес-расходы, Эквайринг за 1,39% или бесплатный РКО в Альфе на полгода». Однако реклама не содержит всех остальных условий, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

При переходе по интернет-ссылке, указанной в рассматриваемой рекламе, размещена подробная информация о возможностях оказания указанных в рекламе финансовых услуг.

Вместе с тем, указание остальных условий, определяющих полную стоимость финансовой услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей и является существенной для потребителя информацией.

Довод <...>о том, что избранный формат в виде СМС-сообщения предполагает технические ограничения по количеству символов, в связи с чем содержательно в нём отражены наиболее важные характеристики и параметры, кроме того, вслед за привлечением внимания и формированием первичного интереса к продукту/услуге потребитель обратится в кредитную организацию для получения исчерпывающей информации, не может быть принят во внимание, поскольку рассматриваемое СМС-сообщение является рекламой - законченным информационным продуктом, полученным абонентом подвижной радиотелефонной связи - потребителем рекламы. Иная информация, дополнительно доведенная посредством других носителей, уже не является составной частью данной рекламы. Закон о рекламе при определении необходимой полноты информации, содержащейся в рекламе, не ставит ее в зависимость от возможности получения дополнительной информации из других источников. Недостаточная информированность клиента о наименовании финансовой организации и о полных условиях предоставления финансовой услуги может привести к заключению сделки на невыгодных для клиента условиях.

Кроме того, направление СМС-сообщения с активной гиперссылкой для перехода на сайт рекламодателя предполагает переход абонента по данной гиперссылке и не учитывает ситуацию, при которой у потребителя на телефоне может отсутствовать техническая возможность для перехода по такой ссылке, либо его тарифный план не предусматривает пользование интернетом.

Кроме того, любой переход по гиперссылке влечет для потребителя рекламы дополнительные временные затраты и дополнительный расход трафика, необходимый для загрузки страниц сайта, а, следовательно, дополнительные финансовые затраты.

В связи с чем, рассматриваемая реклама распространена с нарушением требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

Таким образом, из материалов рекламного дела следует, что должностным лицом, ответственным за соблюдение АО «Альфа-Банк» законодательства о рекламе в рассматриваемый период, являлся <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела было установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине должностного лица АО «Альфа-Банк» <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны <...> должных мер по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, должностным лицом АО «Альфа-Банк» <...> нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

С учетом изложенного, должностным лицом АО «Альфа-Банк», по вине которого произошло нарушение рекламного законодательства, в рассматриваемом случае является <...>.

Решением Комиссии № 03-01/4878 от 17.06.2022 по делу № 011/05/18-307/2022 рассматриваемая реклама признана ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 10 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

С учётом изложенного, <...> допустил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Время совершения административного правонарушения: 02.12.2021 в 16 часов 26 минут.

Согласно разъяснениям ФАС России по применению ст. 18 Закона о

рекламе «распространение» в контексте Закона о рекламе не означает направление электросигнала, транслирующего рекламу, к приемному устройству, а означает момент, когда реклама становится доступной для восприятия потребителя; местом совершения правонарушения будет являться территория субъекта Российской Федерации, на которой была распространена (доведена до потребителя) реклама. При этом определение субъекта Российской Федерации, на территории которого совершено правонарушение, должно осуществляться путем установления принадлежности абонентского номера к диапазону номеров, выделенному оператору сотовой связи на территории конкретного субъекта Российской Федерации.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи (http://www.rossvyaz.ru/activity/num_resurs/registerNum/), абонентский номер заявителя 89042065724 входит в диапазон номеров, выделенный оператору сотовой связи на территории Республики Коми.

Заявитель проживает в г. Сыктывкар Республики Коми.

Следовательно, субъектом Российской Федерации, на территории которого была распространена (доведена до потребителя) реклама, является Республика Коми (г. Сыктывкар).

Место совершения административного правонарушения: г. Сыктывкар Республики Коми.

Согласно ст. 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Под должностным лицом следует понимать лицо, постоянно, временно или в соответствии со специальными полномочиями осуществляющее функции представителя власти, то есть наделенное в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от него, а равно лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции в государственных органах, органах местного самоуправления, государственных и муниципальных организациях. Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники иных организаций, в том числе руководители организаций, осуществляющих полномочия единоличных исполнительных органов других организаций, несут административную ответственность как должностные лица.

Из материалов рекламного дела и дела об административном правонарушении следует, что должностным лицом, ответственным за соблюдение рекламного законодательства АО «Альфа-Банк», в рассматриваемый период являлся <...>

<...> является должностным лицом в понимании ст. 2.4 КоАП РФ.

Из материалов дела об административном правонарушении усматривается, что <...> совершил рассматриваемое правонарушение в связи с ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Из материалов административного и рекламного дел следует, что <...> не предпринял достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонился от обязанности по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям рекламного законодательства, что является, в том числе исключительной зоной ответственности рекламодателя и рекламораспространителя.

В связи с чем, обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии всех зависящих от него мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Таким образом, вина <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является установленной.

В соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Из положений пункта 18.1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» следует, что квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях, при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

Сравнительный анализ санкций, содержащихся в КоАП РФ, свидетельствует о том, что нарушение законодательства о рекламе обладает высокой степенью общественной опасности.

В соответствии со ст. 1.2 КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются, в том числе, защита общества и государства от административных правонарушений, предупреждение административных правонарушений.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Требования законодательства о рекламе, а также установление в ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений.

Каких-либо обстоятельств, характеризующих случай нарушения <...> как исключительный, не установлено, а <...>таковых не приведено.

Оценив фактические обстоятельства дела, характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, должностное лицо пришло к выводу о том, что в данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в отсутствии должной предусмотрительности и пренебрежительном отношении <...> к исполнению своих публично-правовых обязанностей и несоблюдении требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

В связи с изложенным, рассматриваемое административное правонарушение не может быть признано малозначительным.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностное лицо считает возможным учесть в качестве обстоятельства, смягчающего административную ответственность <...>: добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение,

предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему Коми УФАС России.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

Согласно ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Совершенное <...> административное правонарушение в виде нарушения законодательства о рекламе посягает на установленный нормативными правовыми актами порядок общественных отношений в сфере производства, размещения и распространения рекламы.

В соответствии с ч. 2 ст. 3.4 КоАП РФ предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

В соответствии с ч. 3 ст. 3.4 КоАП РФ в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Согласно ч. 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона

субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

По смыслу взаимосвязанных положений части 2 статьи 3.4 и части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ в отсутствие совокупности всех упомянутых обстоятельств (условий применения административного наказания в виде предупреждения) возможность замены административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение не допускается.

Должностным лицом установлено отсутствие совокупности обязательных условий, при которых возможна замена штрафа предупреждением, поскольку в Коми УФАС России имеются сведения о вынесении в отношении <...> постановления о привлечении указанного лица к административной ответственности по ст. 14.3 КоАП РФ, а именно: постановление Коми УФАС России по административному делу № 011/04/14.3-205/2022 от 29.03.2022.

Таким образом, должностным лицом Коми УФАС России установлено, что на момент вынесения настоящего постановления об административном правонарушении <...> привлекался за совершение аналогичных правонарушений.

Таким образом, отсутствуют обязательные условия, при которых возможна замена штрафа предупреждением, следовательно, применение части 2 статьи 3.4 КоАП РФ при данных обстоятельствах не представляется возможным.

Штрафная санкция, назначенная <...>, соразмерна правонарушению, а само наказание, в то же время, имеет существенный предупреждающий эффект и способствует предотвращению совершения новых аналогичных правонарушений.

На основании вышеизложенного, принимая во внимание цели административного наказания, установленные ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, учитывая характер совершенного правонарушения, личность <...>, наличие обстоятельства, смягчающего административную ответственность, отсутствие обстоятельств, отягчающих административную ответственность, сведения об имущественном положении <...>, в соответствии со статьями 4.1, 4.2, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать <...>виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить <...> административное наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей, что является минимальной санкцией для такого рода нарушений.

Реквизиты для уплаты штрафа:

Отделение-НБ Республики Коми БАНКА РОССИИ/УФК по Республике Коми г. Сыктывкар Банк получателя		БИК	018702501				
		Сч. №	03100643000000010700				
ИНН 1101481197	КПП 110101001	Сч. №	40102810245370000074				
УФК ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ (Управление Федеральной антимонопольной службы по РК) Получатель		Вид оп.	01	Срок плат.		3	
		Наз. пл.		Очер. плат.			
		Код		Рез. поле			
16111601141010003140							
УИН 16100500000001488084	87701000	0	0	0	0	0	0
ШТРАФ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ ПО ДЕЛУ № 011/04/14.3-706/2022 СОГЛАСНО ПОСТАНОВЛЕНИЮ ОТ 31.08.2022							

В соответствии с ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случаев, предусмотренных частями 1.1, 1.3 - 1.3-3 и 1.4 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

В силу ч. 1.3-3 ст. 32.2 КоАП РФ при уплате административного штрафа за административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, лицом, привлеченным к административной ответственности за совершение данного административного правонарушения, либо иным физическим или

юридическим лицом не позднее двадцати дней со дня вынесения постановления о наложении административного штрафа административный штраф может быть уплачен в размере половины суммы наложенного административного штрафа, за исключением административных правонарушений, предусмотренных статьями 13.15, 13.37, 14.31, 14.31.2, частями 5 - 7 статьи 14.32, статьями 14.33, 14.56, 15.21, 15.30, 19.3, частями 1 - 8.1, 9.1 - 39 статьи 19.5, статьями 19.5.1, 19.6, 19.7.5-2, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33, 19.34, 20.3, частью 2 статьи 20.28 настоящего Кодекса. В случае, если копия постановления о назначении административного штрафа, направленная лицу, привлеченному к административной ответственности, по почте заказным почтовым отправлением, поступила в его адрес после истечения двадцати дней со дня вынесения такого постановления, указанный срок подлежит восстановлению судьей, органом, должностным лицом, вынесшими такое постановление, по ходатайству лица, привлеченного к административной ответственности. Определение об отклонении указанного ходатайства может быть обжаловано в соответствии с правилами, установленными главой 30 настоящего Кодекса. В случае, если исполнение постановления о назначении административного штрафа было отсрочено либо рассрочено судьей, органом, должностным лицом, вынесшими такое постановление, административный штраф уплачивается в полном размере.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах по истечении срока, указанного в части 1, 1.1 или 1.4 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, изготавливают второй экземпляр указанного постановления и направляют его в течение десяти суток, а в случаях, предусмотренных частями 1.1 и 1.4 настоящей статьи, в течение одних суток судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. В случае изготовления второго экземпляра постановления о наложении административного штрафа в форме электронного документа, юридическая сила которого подтверждена усиленной квалифицированной электронной подписью в соответствии с законодательством Российской Федерации, указанный второй экземпляр направляется судебному приставу-исполнителю в электронном виде по информационно-телекоммуникационным сетям. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении

лица, не уплатившего административный штраф по делу об административном правонарушении, рассмотренному судьей, составляет судебный пристав-исполнитель. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, не составляется в случае, указанном в примечании 1 к статье 20.25 настоящего Кодекса.

В соответствии со статьями 30.2, 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу, в вышестоящий орган либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ст. 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу:

1) после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано;

2) после истечения срока, установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление;

3) немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

Срок предъявления постановления к исполнению – 2 года.

Врио заместителя руководителя управления –

начальника отдела контроля рекламы

и недобросовестной конкуренции

<...>