

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/28-943/2022

Резолютивная часть решения оглашена «16» августа 2022 года

В полном объеме решение изготовлено «30» августа 2022 года

«30» августа 2022 года  
Москва

Г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);

<...> – <...> отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления;

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления,

рассмотрев дело № 050/05/28-943/2022, возбужденное по факту поступления на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> рекламного звонка <...> в <...> с абонентского номера <...> следующего содержания: «– Да. – <...>, здравствуйте! – Здравствуйте. – Альфа-банк, менеджер <...>. Хотели сообщить, что Вам доступна уникальная карта от Альфа-банка с бесплатным обслуживанием на год.

Я расскажу подробнее, вдруг заинтересует. – Почему Вы звоните? – Мы предлагаем нашу лучшую карту, которая сейчас особенно полезна. По ней бесплатное обслуживание первый год, также на все покупки, совершенные в первый месяц использования, льготный период целый год, и на покупки с тридцать первого дня льготный период сто дней. Вы хотели бы такую полезную карту?

<...>» без предусмотренного частью 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.

В ходе рассмотрения обращения установлены признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе при совершении рассматриваемого телефонного звонка, выразившиеся в отсутствии полного наименования лица, оказывающего финансовые услуги, а также в умалчивании о всех остальных условиях, определяющих полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющих на нее.

При рассмотрении обращения Управлением установлено, что абонентский номер <...>, с которого поступил рассматриваемый звонок, выделен оператором ПАО «МегаФон» АО «Альфа-банк» (место нахождения: 107078, г. Москва, ул. Каланчевская, д. 27; ИНН: 7728168971; ОГРН: 1027700067328; дата регистрации в качестве юридического лица: 24.02.1998, далее – Общество) в соответствии с договором на оказание услуг связи № ФД-13/75 от 18.03.2013.

Согласно позиции АО «Альфа-банк» от 08.07.2022 № 25059-ЭП/22 и от 14.07.2022 № 25734/22 Обществом при совершении рассматриваемого звонка не было допущено нарушений Закона о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

В силу пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой признается 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе 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.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку.

Рассматриваемый входящий звонок является рекламой, поскольку отвечает всем признакам рекламы согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, а именно являются информацией «<...>Вам доступна уникальная карта от Альфа-банка с бесплатным обслуживанием на год<...>Мы

*предлагаем нашу лучшую карту, которая сейчас особенно полезна. По ней бесплатное обслуживание первый год, также на все покупки, совершенные в первый месяц использования, льготный период целый год, и на покупки с тридцать первого дня льготный период сто дней»,* распространенной по сетям электросвязи, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к финансовым услугам по предоставлению кредита, оказываемым АО «Альфа-банк». Общество не отрицает факт того, что данный звонок является рекламным.

Объектом рекламирования является кредитная карта от АО «Альфа-банк».

Целью рекламы является привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

При этом реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие лица, для которых в первую очередь предназначена такая информация. Однако направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» абонент – пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; электросвязь – любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Согласно материалам дела абонентский номер <...> выделен <...> по договору об оказании услуг связи, заключенному с ООО «Т2 Мобайл».

В силу части 1 статьи 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 рекламораспространитель не докажет, что такое

согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Согласно пункту 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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 рекламодача либо рекламораспространителя.

Таким образом, согласие абонента на получение рекламы должно, во-первых, относиться к конкретному рекламодалю либо рекламораспространителю, во-вторых – должно быть выражено явно.

Согласно позиции АО «Альфа-банк» заявитель является клиентом Общества, с ним заключен договор о комплексном банковском обслуживании физических лиц в АО «Альфа-банк» (далее – ДКБО). Клиентом выражено согласие на присоединение к ДКБО, условия которого в том числе предусматривают возможность направления Обществом рекламных материалов своим клиентам.

АО «Альфа-банк» в материалы дела представлено подписанное <...> заявление от 26.02.2021, содержащее согласие с условиями ДКБО.

В силу пункта 3.16.9 ДКБО в редакции, действовавшей по состоянию на 26.02.2021, клиент выражает согласие на получение рекламы, предоставление ему информации и предложения продуктов банка и/или третьих лиц путем направления на адреса электронной почты, телефонных обращений, SMS-сообщений на телефонные номера, по сети подвижной радиотелефонной связи и иным способом.

В материалах дела отсутствуют документы, подтверждающие отзыв указанного согласия. Следовательно, у Общества имеется согласие заявителя на получение рекламы.

Таким образом, факт нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе не подтвердился.

Согласно части 1 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица –

наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество).

По мнению АО «Альфа-банк», отсутствие в рекламе упоминания организационно-правовой формы Общества не имеет никаких неблагоприятных последствий для потребителя ввиду узнаваемости бренда.

Вместе с тем в соответствии с пунктом 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации наименование юридического лица в обязательном порядке должно содержать указание на его организационно-правовую форму.

Комиссией установлено и Обществом не отрицается, что рассматриваемые финансовые услуги оказывает АО «Альфа-банк». По информации из Единого государственного реестра юридических лиц полное наименование Общества – Акционерное общество «Альфа-банк».

Таким образом, в рассматриваемой рекламе финансовых услуг отсутствует полное наименование лица, оказывающего данные услуги, что является нарушением части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием 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 пункту 25 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации 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 другие).

В соответствии с письмом ФАС России от 31.07.2014 № АД/30890/14 к условиям, определяющим полную стоимость кредита, могут быть отнесены: сумма потребительского кредита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата

потребительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки – порядок ее определения.

Общество в своей правовой позиции указывает, что к информации, определяющей фактическую стоимость кредита, не может быть отнесена информация о неблагоприятных последствиях нарушения договора на оказание финансовых услуг, которые может понести заемщик при неисполнении обязательства, поскольку указанные последствия не могут быть определены рекламодателем до возникновения факта нарушения соответствующих условий договора.

Вместе с тем Комиссия отмечает, что рассматриваемая реклама содержит условие о платежах и комиссиях по кредитным операциям («*бесплатное обслуживание первый год*»), влияющее на стоимость кредита, но не содержит информации о сумме кредита, сроке его предоставления, размере процентной ставки, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к кредиту («*Вам доступна уникальная карта от Альфа-банка с бесплатным обслуживанием на год*»), содержит часть существенных условий предоставления кредита, влияющих на его стоимость («*бесплатное обслуживание первый год*»), и создает впечатление, что какие-либо иные условия (срок, сумма, процентная ставка), влияющие на фактическую стоимость кредита, отсутствуют.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе отсутствуют все условия, определяющие полную стоимость кредита, что является нарушением части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно части 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.

По мнению Общества, представленная в рекламном сообщении информация не способствует введению в заблуждение потребителя и не искажает смысл сообщения.

При этом в рассматриваемой рекламе указаны только привлекательные условия оказания финансовых услуг. Вместе с тем условия, которые позволили бы потребителю правильно и в полном объеме оценить приемлемость условий получения необходимой ему финансовой услуги,

в данной рекламе отсутствуют.

Так как указание в рассматриваемой рекламе условий предоставления кредита направлено на формирование у потенциального заемщика желания воспользоваться финансовой услугой – кредитом, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о кредите приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым кредитом.

Учитывая изложенное, в рассматриваемой рекламе должны были быть указаны все существенные условия, влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

Отсутствие в рекламе перечисленных условий является нарушением части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 28.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является АО «Альфа-банк». Обществом данный факт не отрицается.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что АО «Альфа-банк» своими действиями нарушило часть 7 статьи 5, часть 1 и часть 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила рассмотрения дел о рекламе), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному 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 (пускай 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.

В материалы дела не представлены документы, подтверждающие прекращение распространения АО «Альфа-банк» рекламы без указания наименования лица, оказывающего финансовые услуги, а также без указания всех условий, определяющих полную стоимость кредита, определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющих на нее.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе, а также пунктами 42-53 Правил рассмотрения дел о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать АО «Альфа-банк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела по признакам нарушения части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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



Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>