

Ответчик: АО «Альфа-Банк»

Каланчевская ул., д. 27,

г. Москва, 107078

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/5-577/2022

Резолютивная часть решения оглашена 11 мая 2022 года

В полном объеме решение изготовлено 20 мая 2022 года

«20» мая 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

Члены Комиссии: области (далее – Управление);  
<...> – начальник отдела контроля за  
рекламной деятельностью и  
недобросовестной конкуренцией  
Управления;

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

рассмотрев дело № 050/05/5-577/2022, возбужденное по факту размещения 01.04.2022 в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: <https://fincalculator.ru/kalkulyator-dnej> с текстом следующего содержания: «*Лучший премиальный сервис в России/АО «Альфа-Банк», ген. Лицензия ЦБ РФ № 1326 от 16.01.2015*», с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие представителя АО «Альфа-Банк» (далее – Ответчик, Общество, Банк), извещенного надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела,

#### УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора в виде наблюдения за соблюдением обязательных требований при распространении рекламы, сотрудником Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области 01.04.2022 выявлен факт распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: <https://fincalculator.ru/kalkulyator-dnej> с текстом следующего содержания: «*Лучший премиальный сервис в России/АО «Альфа-Банк», ген. Лицензия ЦБ РФ № 1326 от 16.01.2015*» с признаками нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно позиции Банка рассматриваемое рекламное сообщение представляет собой не субъективную оценку Банком своих позиций относительно других участников рынка, а результаты проведенного ООО «Фрэнк РГ» исследования «Premium Banking в России 2021» профильного издания, повлиять на формирование которого у АО «Альфа-Банк» возможности не было.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

В силу положений 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.

Рассматриваемая реклама содержит информацию, адресованную неопределенному кругу лиц, т.к. нельзя заранее определить получателей данной информации, и она может представлять интерес и доступна также и иным лицам, не только входящих в целевую аудиторию Банка. Данная позиция согласуется с позицией ФАС России, изложенной в письме от 20.06.2018 № АД/45557/18 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе».

Формой распространения является демонстрация текстового сообщения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в сервисе контекстной рекламы «Яндекс.Директ».

Указанная информация направлена на привлечение внимания к АО «Альфа-Банк» и его услугам.

Таким образом, указанная информация содержит все признаки рекламы:

- является информацией;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к Банку и его услугам.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу положений пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе

недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно Постановлению Пленума ВАС Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», «самый» должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе отсутствуют ссылки на конкретные критерии, по которым осуществлялось сравнение и подтверждение, что АО «Альфа-Банк» является *«лучшим премиальным сервисом в России»* (кто это определил, по каким параметрам или характеристикам).

Использованное в рекламе словосочетание *«Лучший премиальный сервис в России»*, указывает на преимущество Банка перед иными банками, поскольку подразумевает, что рекламируемый объект является лучшим из числа однородных, обладая более высокими достоинствами и преимуществами перед ними.

Таким образом, использование в спорной рекламе словосочетания *«Лучший премиальный сервис в России»* напрямую противоречит пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства

Российской Федерации, является ненадлежащей (пункт 4 статьи 3 Закона о рекламе).

В ходе рассмотрения дела Общество пояснило, что информация, размещенная в рекламе, является достоверной и фактически подтвержденной о том, что у Банка лучшая программа премиального обслуживания «Альфа-Премиум» по методологии оценки Frank RG по результатам проведенного исследования «Premium Banking в России 2021», проводившегося в период с 01.06.2021 по 01.11.2021.

В подтверждение Банк приложил письмо ООО «Фрэнк РГ» от 22.03.2022, согласно которому Общество определило, что по состоянию на 27.10.2021 у АО «Альфа-Банк» лучшая программа премиального обслуживания «Альфа-Премиум» по методологии оценки Frank RG.

Вместе с тем, из рассматриваемой рекламы не следует, что сравнительное в превосходной степени слово «лучший» использовано Банком в связи с проведенным исследованием «Premium Banking в России 2021», в данном случае Банк указывает на преимущества своих услуг, перед услугами иных финансовых организаций, находящихся на территории России.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе АО «Альфа-Банк» («*Лучший премиальный сервис в России/АО «Альфа-Банк», ген. Лицензия ЦБ РФ № 1326 от 16.01.2015*») в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе использованы не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

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

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является АО «Альфа-Банк» (место нахождения: 107078, г. Москва, ул. Каланчевская, д. 27, ИНН: 7728168971, ОГРН: 1027700067328).

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при размещении 01.04.2022 в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: <https://fincalculator.ru/kalkulyator-dnej> рекламы следующего содержания: «*Лучший премиальный сервис в России/АО «Альфа-Банк», ген. Лицензия ЦБ РФ № 1326 от 16.01.2015*».

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), 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 ходе рассмотрения дела Банк сообщил, что рассматриваемая реклама размещалась в период с 28.03.2022 по 30.04.2022, вместе с тем, Банком не представлены доказательства прекращения распространения рекламы с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не

соответствующей требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 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 Федеральной антимонопольной службы Московской области 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

<...>

<...>