

Каланчевская ул., д. 27,

г. Москва, 107078

mail@alfabank.ru

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/28-1609/2022

Резолютивная часть решения оглашена 20 октября 2022 г.

В полном объеме решение изготовлено 31 октября 2022 г.

«31» октября 2022 г.
г. Москва

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

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

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

Члены Комиссии:

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

рассмотрев дело № 050/05/28-1609/2022, возбужденное по факту распространения на принадлежащий заявителю адрес электронной почты: <...> рекламных сообщений 08.05.2022 в 11:04 и 16.05.2022 в 10:02 с адреса электронной почты: <...> следующего содержания: *«Вам уже одобрен кредит наличными – используйте как хотите. Кредит наличными на любые цели. Павел, можете больше не откладывать приятные и полезные покупки. Одобрим вам кредит на любые цели – успевайте забрать его по выгодной ставке до конца месяца. Смотрите индивидуальные условия в приложении. До 1000000 руб. сумма кредита. 45 дней до первого платежа. До 60 мес. срок кредита <...> АО «Альфа-Банк» Генеральная лицензия ЦБ РФ № 1326 от 16 января 2015 г.»*, с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

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

УСТАНОВИЛА:

В Управление поступило обращение гр. <...> о поступлении на принадлежащий заявителю адрес электронной почты: <...> рекламных сообщений 08.05.2022 в 11:04 и 16.05.2022 в 10:02 с адреса электронной почты: <...> следующего содержания: *«Вам уже одобрен кредит наличными – используйте как хотите. Кредит наличными на любые цели. Павел, можете больше не откладывать приятные и полезные покупки. Одобрим вам кредит на любые цели – успевайте забрать его по выгодной ставке до конца месяца. Смотрите индивидуальные условия в приложении. До 1000000 руб. сумма кредита. 45 дней до первого платежа. До 60 мес. срок кредита <...> АО «Альфа-Банк» Генеральная лицензия ЦБ РФ № 1326 от 16 января 2015 г.»* без предусмотренного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.

В ходе рассмотрения обращения установлены признаки нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы, выразившегося в умалчивании о всех остальных условиях, определяющих полную стоимость кредита, определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно позиции Банка гр. <...> является клиентом АО «Альфа-Банк» с ним заключен Договор о комплексном банковском обслуживании физических лиц (далее – ДКБО). Согласие на присоединение к ДКБО клиентом выражено собственноручно проставленной подписью в анкете клиента.

Информация, представленная в сообщениях не способствует введению в заблуждение и не искажает смысл сообщения, не содержит данных, не соответствующих действительности.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующие.

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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

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.

В силу пункта 3 статьи 2 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе работа,

услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

Рассматриваемая реклама не является персональным предложением клиенту, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а тот факт, что имя, процентная ставка и сумма кредита может меняться, не свидетельствует о не рекламном характере информирования, поскольку не исключает рекламный характер самого факта предоставленной информации.

Рассматриваемые сообщения являются рекламой, поскольку отвечают всем признакам рекламы, согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, а именно: являются информацией, распространенной по сетям электросвязи, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к финансовой услуге, предоставляемой Банком.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон о связи) электросвязь – любое 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 информации, представленной АО «РСИЦ», администратором домена второго уровня alfabank.ru является АО «Альфа-Банк» на основании договора № 10941/NIC-REG об оказании комплексных услуг от 05.10.2011.

Администратором домена второго уровня <...> является <...>.

Согласно 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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Из материалов дела следует, что рекламодателем в данном случае является АО «Альфа-Банк».

Согласно письменным пояснениям Банка у него имеется письменное согласие гр. <...> на получение рекламы от Банка, полученное 15.08.2017 при подписании ДКБО.

В соответствии с пунктом 3.16.9 ДКБО клиент выражает (если иное волеизъявление не выражено клиентом при оформлении продукта Банка) 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. Клиент вправе отозвать согласие на получение рекламы, предоставленное ему информации и предложения продуктов Банка и/или третьих лиц путем направления обращения через отделение Банка, телефонный центр «Альфа-Консультант» или посредством чата.

Банком в материалы дела представлена анкета клиента <...> от 15.08.2017, однако Комиссия обращает внимание Банка, что указанная анкета не поддается прочтению и не позволяет подтвердить наличие у Банка письменного согласия <...> на получение рекламы на его адрес электронной почты <...>.

Кроме того к своему обращению о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе от 01.08.2022 № 28180-ЭП/22 <...> приобщил заявление о прекращении обработки и уничтожении его персональных данных от 24.12.2021, принятое 24.12.2021 в ДО «Планерная» в г. Москва ведущим менеджером <...>.

Таким образом Комиссия приходит к выводу об отсутствии у Банка согласия на получение рекламы <...> на дату направления рекламных сообщений.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что 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 др.).

Согласно письму ФАС России 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.

Рассматриваемая реклама не содержит информации о процентной ставке, сумме, предоставляемого кредита, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита.

Как следует из письменных пояснений АО «Альфа-Банк» информация о предлагаемом продукте размещена в открытом доступе на сайте Банка по адресу: <https://alfabank.ru/get-money/credit/credit-cash/>.

Согласно сведениям о кредитном продукте «Кредит наличными», размещенным по адресу: <https://alfabank.ru/get-money/credit/credit-cash/> процентная ставка по кредиту (годовая) составляет 4,50%-29,49%, период кредитования: 12 мес., 24 мес., 36 мес., 60 мес., сумма кредита от 50 000 до 7 500 000 рублей (включительно).

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к услугам кредитования («<...>Одобрили вам кредит на любые цели<...> До 1000000 руб. сумма кредита. 45 дней до первого платежа. До 60 мес. срок кредита»), содержит часть существенных условий предоставления кредита, влияющих на его стоимость («о 1000000 руб. сумма кредита. 45 дней до первого платежа. До 60 мес. срок кредита») и создает впечатление, что какие-либо иные условия (срок, комиссии, штрафы), влияющие на фактическую стоимость кредита, отсутствуют.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе были 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 услуги кредитования, в рассматриваемой 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 потребителя, 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.

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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

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

Как разъяснено в пункте 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако, при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу сведений или условий оказания услуг.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, 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 18.

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

Согласно материалам дела рекламодателем и рекламодателем спорной рекламы является АО «Альфа-Банк». В ходе рассмотрения дела Банк указанный довод не оспорил.

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 (пусть 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 Ермаков П.В. внесен в стоп-лист по всем каналам исходящей коммуникации Банка, вместе с тем Банком не представлены

доказательства прекращения распространения рекламы с нарушением части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 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 части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 1 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 Федеральной антимонопольной службы Московской области для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела по признакам нарушения части 6 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

<...>

<...>