

ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк»

125124, г. Москва, ул. Правды, д. 8,

корп. 1,

HCFBank@homecredit.ru

«...»

Заявитель: «...»

РЕШЕНИЕ

по делу № 002/05/18-786/2024

21.05.2024 года

г. Уфа, ул. Пушкина, 95

Решение в полном объеме изготовлено «03» июня 2024 года

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

«...»;

Члены Комиссии:

«...»;

«...»;

рассмотрев дело № 002/05/18-786/2024 возбужденное по обращению физического лица в отношении ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» (ОГРН: 1027700280937, ИНН: 7735057951) по факту распространения рекламы с признаками нарушения части 1 статьи 18 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе», Закон о рекламе),

в присутствии:

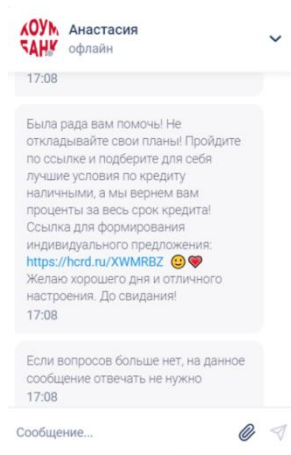
- представителя Заявителя «...» – «...» (доверенность № «...» от 02.05.2024) путем использования систем видео-конференц-связи;

УСТАНОВИЛА:

01.04.2024 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) посредством электронной почты (интернет приемная ФАС) поступило заявление гражданина (вх. № 5139-ИП/24, 5140-ИП/24) указывающее на признаки нарушения ФЗ «О рекламе».

В обращении Заявитель сообщил, что 08.08.2023 года в 15:08 (время московское) при обращении в службу поддержки банка ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» (чат Интернет-Банка) получил сообщение следующего содержания:

Была рада вам помочь! Не откладывайте свои планы! Пройдите по ссылке и подберите для себя лучшие условия по кредиту наличными, а мы вернем вам проценты за весь срок кредита! Ссылка для формирования индивидуального предложения: <https://hcrd.ru/XWMRBZ> Желаю хорошего дня и отличного настроения. До свидания!



По мнению Заявителя, реклама направлена без получения предварительного согласия и не содержит полных условий предоставления товара (услуги).

26.04.2024 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/18-786/2024 по признакам нарушения требований части 1 статьи 18 и пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

• **Заявитель:**

- вх. № 5139-ИП/24, 5140-ИП/24 от 01.04.2024.

• **Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:**

- ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» (ОГРН: 1027700280937, ИНН: 7735057951).

Рассмотрение дела назначено на 21.05.2024 года.

14.05.2024 года ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» представлены письменные пояснения относительно рассматриваемых обстоятельств и сведения (документы и материалы) в рамках дела (вх. № 7532-ЭП/24 электронная почта). Обществом также заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя Банка.

21.05.2024 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/18-786/2024 по признакам нарушения законодательства о рекламе путем использования видео-конференц-связи присутствовал:

- «...» (доверенность № «...» от 02.05.2024) – представитель Заявителя «...».

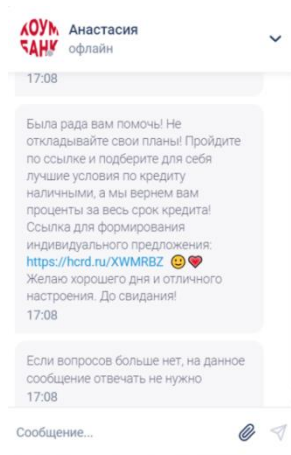
Ранее поступившее ходатайство ООО «ХКФ Банк» (вх. № 7532-ЭП/24 от 14.05.2024) о рассмотрении дела без участия представителя Банка удовлетворено.

В соответствии с пунктом 31 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о дате, времени и месте рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или это ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

С учетом изложенного, Комиссия Башкортостанского УФАС России считает возможным рассмотреть настоящее дело по существу на основании имеющихся материалов.

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия пришла к выводу, что реклама, распространенная 08.08.2023 года в 15:08 (время московское) при обращении в службу поддержки банка ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» (чат Интернет-Банка) следующего содержания:

Была рада вам помочь! Не откладывайте свои планы! Пройдите по ссылке и подберите для себя лучшие условия по кредиту наличными, а мы вернем вам проценты за весь срок кредита! Ссылка для формирования индивидуального предложения: <https://hcrd.ru/XWMBZ> Желаю хорошего дня и отличного настроения. До свидания!



нарушает часть 1 статьи 18 и пункт 2 часть 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе». При этом Комиссия исходит из следующего.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

По смыслу законодательного определения рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок. Иными словами, реклама призвана выделить рекламируемый объект из ряда других объектов и привлечь к нему внимание, а также побуждать лиц из числа неопределенного круга, среди которых распространялась реклама, обратиться за приобретением товара.

Частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

По мнению Банка, рассматриваемое сообщение не является рекламой, поскольку не является информацией направленной на привлечение внимания неопределенного круга лиц к продукту Банка.

С указанным доводом, Комиссия не согласна. Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками:

- распространена путем использования средств связи, доступ к которой осуществляется с использованием средств вычислительной техники (Интернет-чат ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк»).

- является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц и не является персонализированной.

- направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем (ООО «ХКФ Банк») и осуществляемой им деятельности и способствует формированию интереса к реализуемым товарам и их продвижение на рынке.

- объектом рекламирования выступает товар (услуги) – финансовые услуги. Рассматриваемая информация формирует и поддерживает потребительский интерес к данному товару путем указания о возможности получения процентов за пользование кредита, что

направлено на положительное выделение услуг организации и стимулирование потенциальных потребителей рекламы к обращению к данному хозяйствующему субъекту.

- целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемый товар (услуги).

Сотрудниками Башкортостанского УФАС России произведен осмотр информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по ссылке <https://hcrd.ru/XWMRBZ> указанной в сообщении (осмотр с приложением фотоматериалов от 24.04.2024). Информация на сайте содержит сведения об услугах и товарах ООО «ХКФ Банк». Таким образом, содержание спорного сообщения, в том числе направлено на поддержание интереса к услугам Банка.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, формирования к нему положительного отношения и закрепления его образа в памяти потребителя.

Рассматриваемая информация, направлена на привлечения внимания к конкретному банковскому продукту, кредиту, путем указания о возможности возвращении процентов за пользование кредитом. Указанные сведения формируют и поддерживают потребительский интерес к данному товару, такая информация в том числе, направлена на положительное выделение услуг ООО «ХКФ Банк» и стимулирование потенциальных потребителей рекламы к обращению именно к данному хозяйствующему субъекту (в том числе ввиду указания ссылки на сайт Банка), а значит, направлена на продвижение на рынке.

Целью распространения сообщения было не информирование потребителя об оказываемых услугах, а привлечение внимания к деятельности Банка по предоставлению банковских услуг путем указания отдельных привлекательных для потребителя характеристик услуги.

В случае направления информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о самом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может признаваться рекламой, если она носит обобщенный характер, способна формировать интерес к данному объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила такая информация, но и у иного лица. Антимонопольный орган отмечает, что сообщение не содержит какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, либо иных данных позволяющих воспользоваться указанными условиями исключительно Заявителю.

В силу специфики способа распространения рекламы по сетям электросвязи следует исходить из возможности направления однообразных предложений с несколько отличающимися условиями разным абонентам. Уже сам факт формирования такой информации и направления ее адресату свидетельствует о цели организации по привлечению внимания к собственным услугам, в том числе путем предоставления определенных предложений, бонусов, скидок и т.п., формируемых на основании зарегистрированных в базе данных отдельных абонентов. Учитывая развивающиеся технологии и возможности обработки значительного объема информации, в том числе об определенном абоненте, следует оценивать не только возможность неопределенного круга лиц воспользоваться отдельным предложением продавца, но и систематичность, массовость направления однотипных сообщений и их конечную цель. Такая информация, сознательно доводимая распространителем исключительно до лиц, являющихся его клиентами, при этом создана и адресована неопределенному лицу, может быть воспринята любым потребителем.

В настоящем случае, оценивая содержание рассматриваемого сообщения, Комиссия пришла к выводу, об обобщенном характере услуги, что не позволяет вести речь о персонализированном предложении. Клиентоориентированность и способность видоизменять рекламу под конкретного получателя (клиента) представляется логичным развитием способов распространения рекламы и не может свидетельствовать о нерекламном характере.

Таким образом, данная информация является рекламой.

Требования к рекламе, распространяющейся по сетям электросвязи, установлены статьей 18 Закона о рекламе.

Согласно части 1 статьи 18 ФЗ «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.

Каждый рекламодатель обязан соблюдать требования части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», запрещающей распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования подвижной радиотелефонной связи, при отсутствии предварительного согласия абонента на получение рекламы.

При этом, из данной нормы закона следует, что отсутствие согласия абонента на получение рекламы предполагается, если иное не доказано рекламодателем.

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

Бремя доказывания наличия предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы по сетям электросвязи лежит на рекламодателе, при этом, заявитель не обязан доказывать факт отсутствия подобного согласия.

Как следует из представленных материалов, общение Заявителя с оператором Банка происходило с использованием сервиса Банка Хоум Кредит. Описание указанного Сервиса утверждено приказом № 1-13/17 от 25.04.2022 года. Из описания следует, что:

Хоум Кредит - это Информационный сервис, обеспечивающий дистанционный обмен информацией и документами Банка с физическими лицами, являющимися потенциальными или действующими клиентами Банка, представленный в виде приложения для мобильных устройств. В связи с техническими ограничениями Хоум Кредит не доступен для использования клиентами-нерезидентами.

Для первого входа и просмотра информации в Хоум Кредите необходимо ввести дату рождения и номер мобильного телефона, затем ввести код, полученный в СМС-сообщении от Банка. По введенным данным Банк определяет, является ли такой пользователь Хоум Кредита клиентом Банка и/или МКК, и устанавливает I или II уровень доступности сервиса (авторизации).

В дальнейшем Хоум Кредит предложит самостоятельно настроить Код доступа (4-х значный цифровой код), который будет запрашиваться при последующих входах. Для получения информации по дебетовым картам и/или вкладам клиенту Банка необходимо получить III уровень доступности сервиса, введя Пароль (кодовое слово) или номер карты и срок ее действия.

До введения Пароля (кодового слова) или номера карты и срока ее действия для действующих клиентов Банка в Хоум Кредите доступна следующая информация и возможности (дополнительно к информации и возможностям, описанным в разделе I), в том числе чат с Банком.

Факт направления рассматриваемого сообщения ООО «ХКФ Банк» не оспаривается.

Между ООО «ХКФ Банк» и Заявителем заключен Договор о ведении банковского счета «Накопительный счёт» № «...» от 27.03.2021 года. Таким образом, Заявитель является клиентом Банка и в рамках взаимодействия Информационного сервиса Хоум Кредит выступает верифицированным пользователем.

В рамках дел № 002/05/18-629/2023, № 002/05/18-630/2023, № 002/05/18-631/2023, № 002/05/18-632/2023, № 002/05/18-633/2023, № 002/05/18-1315/2023, № 002/05/18-1316/2023, № 002/05/18-1317/2023, № 002/05/18-1318/2023, № 002/05/18-1319/2023, № 002/05/18-1320/2023 возбужденных и рассмотренных в отношении ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» по аналогичным обстоятельствам (направления рекламных сообщений при обращении в службу поддержки банка в адрес «...») было установлено, что Банком 03.11.2021 года в адрес Заявителя направлено письмо, из которого следовало, что организацией прекращена обработка персональных данных Заявителя для целей, не связанных с исполнением договоров, и направление информационной рассылки также прекращено. С учетом того, что обстоятельства направления

рассматриваемого сообщения аналогичны обстоятельствам, установленным в указанных выше решениях, Комиссия считает возможным использовать данное письмо в рамках настоящего дела (вх. № 8135-ЭП/23 от 25.05.2023).

Установлено, что 08.08.2023 года Заявитель обратился к оператору Сервиса Хоум Кредит с целью получения информации об избыточном согласии на обработку персональных данных (выгрузка переписки в чат-бот). В процессе диалога с оператором, последним направлена рекламная информация.

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 (Постановление пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Пленум № 58).

Проанализировав переписку, предшествующую направлению рекламы, в информационном сервисе Хоум Кредит, а также принимая во внимание письмо ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» от 03.11.2021 года (в котором Общество сообщило, о том, что направление информационных рассылок прекращено) Комиссия считает, что Банком не доказан факт получения предварительного согласия на направление данной рекламы. Какие-либо иные доказательства получения согласия на направление рекламной информации не представлены.

Кроме того, Комиссия отмечает, что Договор о ведении банковского счета «Накопительный счёт» № «...» от 27.03.2021 года, на положения которого ссылается Банк, не содержит однозначного пункта о согласии абонента на получение рекламных сообщений. В разделе согласия клиента на обработку персональных данных отражено, что клиент, в том числе, дает согласие на обработку персональных данных с целью предложения продуктов (услуг) Банка и его партнеров, однако охватывается ли этими предложениями направление рекламы, из раздела установить однозначно не представляется возможным.

Из требований Закона о рекламе следует, что согласие абонента на получение рекламы должно быть явным и недвусмысленным. Следовательно, рекламодатель должен доказать, что воля абонента была направлена именно на дачу согласия на получение рекламы.

Форма согласия должна быть выполнена таким образом, чтобы её содержание и контекст позволяли однозначно установить волю потребителя на получение рекламы от рекламодателя. Форма должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие.

Следует отметить, что предоставленное распространителю рекламы право на получение согласия абонента в любой форме не свидетельствует о его безграничном усмотрении в разрешении этого вопроса и оканчивается там, где начинаются права абонентов на выражение своего непосредственного согласия на получение рекламы.

Обратное же приведет к злоупотреблениям со стороны распространителей рекламы, стремящихся любым способом навязать абоненту возможность распространения со своей стороны рекламы с приданием своим действиям видимости законности, что недопустимо в контексте части 2 статьи 10 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Такое расширительное толкование упомянутого раздела дано Банком самостоятельно, что, однако, не свидетельствует о возникновении у него правомочий по направлению в адрес абонента рекламной информации.

Помимо этого, данный Договор не содержит графы (чек-бокса, отметки и т.п.) для проставления отметки о несогласии на получение рекламы. Таким образом, при подписании данного Договора у клиента отсутствует возможность отдельно отказаться от получения рекламы, и потребитель вынужден в целях открытия банковского счета соглашаться в совокупности на обработку персональных данных в целях исполнения договора.

Таким образом, реклама нарушает требования части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

Помимо этого, так как объектом рекламирования в указанном сообщении, выступают финансовые услуги, реклама должна соответствовать требованиям статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Статья 28 ФЗ «О рекламе» устанавливает специальные требования и ограничения к рекламе финансовых услуг и финансовой деятельности.

Под финансовой услугой понимают, банковскую услугу, страховую услугу, услугу на рынке ценных бумаг, услугу по договору лизинга, а также услугу, оказываемую финансовой организацией и связанную с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц (пункт 2 статьи 4 ФЗ «О защите конкуренции»).

Банк - кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц (статья 1 ФЗ «О банках и банковской деятельности»).

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «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.

Пунктом 29 Пленума № 58 установлено, что 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 рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Согласно пунктам 1, 5 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 N 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)»:

- потребительский кредит (заем) - денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, в том числе с лимитом кредитования;

- профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов - деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, займов, предоставляемых физическим лицам, являющимся учредителями (участниками) или аффилированными лицами коммерческой организации, предоставляющей заем, займов, предоставляемых брокером клиенту для совершения сделок купли-продажи ценных бумаг, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

В силу части 1 статьи 6 Федерального закона от 21 декабря 2013 года N 208-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» полная стоимость потребительского кредита (займа) определяется как в процентах годовых, так и в денежном выражении и рассчитывается в порядке, установленном настоящим Федеральным законом. Полная стоимость потребительского кредита (займа) размещается в квадратных рамках в правом верхнем углу первой страницы договора потребительского кредита (займа) перед таблицей, содержащей индивидуальные условия договора потребительского кредита (займа), и наносится цифрами и прописными буквами черного цвета на белом фоне четким, хорошо читаемым шрифтом максимального размера из используемых на этой странице размеров шрифта. Полная стоимость потребительского кредита (займа) в денежном выражении размещается справа от полной стоимости потребительского кредита (займа), определяемой в процентах годовых. Площадь каждой квадратной рамки должна составлять не менее чем 5 процентов площади первой страницы договора потребительского кредита (займа). Полная стоимость потребительского кредита (займа) в процентах годовых указывается с точностью до третьего знака после запятой.

Как разъяснено в пункте 25 Пленума № 58 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.).

Таким образом, рассматриваемая рекламная информация представляет собой рекламу финансовых услуг, в частности услуг кредитования.

Реклама содержит информацию о возможности возвращения процентов за срок кредита, однако конкретные условия для возвращения процентов в содержании сообщения не отражены.

Данное обстоятельство, свидетельствует об искажении смысла информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, так как указание в спорной рекламе только информации о возвращении процентов не позволяет лицу, желающему воспользоваться рекламируемой банковской услугой, получить достаточные сведения о фактической стоимости услуги, в связи с чем способствует формированию неверных представлений о размере расходов, которые предстоит понести.

В материалы дела ООО «ХКФ Банк» представлены правила проведения и условия участия в Акции «Снижаем до 0» из которых следует, что для участия в акции необходимо совершить ряд действий – заключить договор потребительского кредита...; заключить договор о ведении банковского счета...; совершать оплату Картой товаров и услуг не менее 5 операции на сумму не менее 10 000 рублей ежемесячно и т.д.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе указано только привлекательное условие оказания финансовой услуги. Вместе с тем условия, которые позволили бы правильно и в полном объеме оценить приемлемость условий получения необходимой услуги кредитования, в рассматриваемой рекламе отсутствуют.

В соответствии с пунктом 24 Пленума № 58, 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.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Исходя из анализа положений Федерального закона «О рекламе», целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Закон обязывает формировать у потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге). Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Учитывая изложенное, необходимая информация должна доводиться до потребителя непосредственно в тексте рекламы для того, чтобы обеспечить возможность с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на выбор, а также должна содержать все существенные условия предоставления рекламируемой финансовой услуги (при сообщении хотя бы одного условия) и информацию о лице его предоставляющим.

С учетом изложенного настоящая реклама нарушает требования части 1 статьи 18 и пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Ответственность за нарушение указанных статей Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 и 7 статьи 38 данного Закона, возложена на рекламодателя и рекламодателя.

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым

способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Закона о рекламе).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Материалами дела установлено, что ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» выступило рекламодателем и рекламодателем указанной рекламы. Данный факт Обществом не оспаривается.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) 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.

Комиссией принято решение выдать ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, так как юридическим лицом не представлены доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы в адрес Заявителя (отсутствуют доказательства невозможности продолжения обществом распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации, иных внутренних актов, на основании которых прекращена рассылка рекламы Заявителю).

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» рекламодателем и рекламодателем рекламы.

2. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную 08.08.2023 года в 15:08 (время московское) при обращении в службу поддержки банка ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» (чат Интернет-Банка), поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ООО «Хоум Кредит Энд Финанс Банк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела для возбуждения административного производства, предусмотренного статьей 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

«...»

«...»