

Ответчики: ПАО «Совкомбанк»

пр-кт Текстильщиков,

д. 46, Костромская область,

г. Кострома, 156000

ИП
Астраханская область

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/28-27/2022

Резолютивная часть решения оглашена 10 февраля 2022 года

В полном объеме решение изготовлено 16 февраля 2022 года

«16» февраля 2022 года
Москва

г.

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

Председатель
Комиссии: <...>

Члены Комиссии: <...>

<...>

рассмотрев дело № 050/05/28-27/2022, возбужденное по факту распространения ПАО «Совкомбанк» и И Прекламы по сетям электросвязи, с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в отсутствие представителей ПАО «Совкомбанк» и ИП, извещенных надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение гр. <...> о поступлении 14.11.2021 в 14:49 на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> рекламного звонка с абонентского номера <...> следующего содержания: «Вам удобно говорить? – А что надо? – Дело в

том, что Совкомбанк предлагает универсальную карту Халва с кредитным лимитом до 350 000 рублей. С ней выгодно совершать покупки в рассрочку без процентов и переплат, выгодно снимать наличные в любом банкомате также в рассрочку, можно совершать переводы и даже получать процент на остаток. Это новый формат который объединил в себе кредитку, рассрочку и дебетовую карту. Для Вас она абсолютно бесплатная: выпуск и годовое обслуживание. Это самое лучшее условие по карте. Рассмотрите предложение? – Да нет, конечно. – А почему отказываетесь от такого выгодного предложения? – Потому что я напишу на вас заявление за рекламу. То есть вы мне сейчас рекламу предлагаете? Рекламируете свою продукцию? – Повторите, пожалуйста, что Вы сказали? – Я говорю вы мне сейчас рекламу предлагаете? Продукцию рекламируете? – Отлично! А скажите, работаете ли Вы более четырех месяцев? – Нет, Вы меня не поняли. Вы не ответили на мой вопрос. – Ой, что-то со связью. Вы работаете официально больше четырех месяцев? – Я вам вопрос задал, вы не ответили на него. – Хорошо. Всего доброго» 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 распространении рекламного звонка, выразившиеся в отсутствии полного наименования лица, оказывающего финансовые услуги, а также 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.

При рассмотрении обращения Управлением установлено, что абонентский номер <...>, с которого поступил рекламный звонок выделен оператором ПАО «Ростелеком» ИП по договору об оказании услуг связи № <...> от <...>.

Позицию по делу ИП в Управление не представил.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

Согласно пункту 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.

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: является информацией «Вам удобно говорить? – А что надо? – Дело в том, что Совкомбанк предлагает универсальную карту Халва с кредитным лимитом до 350 000 рублей. С ней выгодно совершать покупки в рассрочку без процентов и переплат, выгодно снимать наличные в любом банкомате также в рассрочку, можно совершать переводы и даже получать процент на остаток. Это новый формат который объединил в себе кредитку, рассрочку и дебетовую карту. Для Вас она абсолютно бесплатная: выпуск и годовое обслуживание. Это самое лучшее условие по карте. Рассмотрите предложение? – Да нет, конечно. – А почему отказываетесь от такого выгодного предложения? – Потому что я напишу на вас заявление за рекламу. То есть вы мне сейчас рекламу предлагаете? Рекламируете свою продукцию? – Повторите, пожалуйста, что Вы сказали? – Я говорю вы мне сейчас рекламу предлагаете? Продукцию рекламируете? – Отлично! А скажите, работаете ли Вы более четырех месяцев? – Нет, Вы меня не поняли. Вы не ответили на мой вопрос. – Ой, что-то со связью. Вы работаете официально больше четырех месяцев? – Я вам вопрос задал, вы не ответили на него. – Хорошо. Всего доброго», распространенной по сетям электросвязи, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к кредитной карте «Халва».

Объектом рекламирования является «карту Халва с кредитным лимитом до 350 000 рублей» от ПАО «Совкомбанк». Опровергающих данный факт сведений ПАО «Совкомбанк» и ИП в ходе рассмотрения дела не представили.

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 от <...> ООО «Т2 Мобайл».

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.

Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя либо рекламодателя.

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

ИП не представил в материалы дела согласие <...> на распространение на абонентский номер <...> рекламы по сетям электросвязи.

Согласно пункту 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.10.2012 № 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.

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).

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.

Как установлено Комиссией, финансовые услуги представляет ПАО «Совкомбанк», опровергающих данный факт сведений ПАО «Совкомбанк» не представило.

Согласно позиции ПАО «Совкомбанк», Банком не звонок на абонентский номер <...> не совершался, звонки на указанный абонентский номер в программом обеспечении Банка не найдены, звонки партнеров также не зафиксированы. Абонентский номер <...> Банку не принадлежит, в реестре телефонных номеров Банка не зафиксирован, договорные отношения между ПАО «Совкомбанк» и гр.<...>. отсутствуют.

Вместе с тем, согласно Письму Федеральной антимонопольной службы от 31 мая 2016 года № АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе», рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации.

При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес.

Согласно из Единого государственного реестра юридических лиц полное наименование Банка – Публичное акционерное общество «Совкомбанк» (ПАО «Совкомбанк»).

Таким образом, в рассматриваемой рекламе отсутствует наименование лица, оказывающего финансовые услуги.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама

услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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 ставке и сроке, предоставляемого кредита, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к кредиту (*«карту Халва с кредитным лимитом до 350 000 рублей»*), содержит часть существенных условий предоставления кредита, влияющих на его стоимость (*«до 350 000 рублей»*) и создает впечатление, что какие-либо иные условия (сумма, 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 кредита, 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

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.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, 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 18 и частью 1 статьи 28.

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 рекламодаделец.

Согласно материалам дела, рекламодателем спорной рекламы является ПАО «Совкомбанк».

Согласно материалам дела, рекламодателем спорной рекламы является ИП. В ходе рассмотрения дела ИП указанный довод не оспорил.

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.

В материалы дела не представлены документы, подтверждающие прекращение ПАО «Совкомбанк» и ИП распространения рекламы без указания всех условий, определяющих полную стоимость (кредита) займа, определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ПАО «Совкомбанк» и ИП 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 суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>