

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/28-1369/2022

Резолютивная часть решения оглашена 28 ноября 2022 г.

В полном объеме решение изготовлено 12 декабря 2022 г.

«12» декабря 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;

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

рассмотрев дело № 050/05/28-1369/2022, возбужденное по факту поступления на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> рекламных СМС-сообщений с буквенного идентификатора «РОСНТАВАНК» 05.06.2022 в 16:01 следующего содержания: «<...> напоминаем, Вам одобрен кредит наличными на 1 100 000 р! Подробнее: <https://my.pochtabank>. <...>», и 20.06.2022 в 17:11 следующего содержания: «<...>, карта одобрена: лимит 397 000 р, льготный период до 120 дней + до 30% бонусами за покупки! Оформите <https://my>. <...> до 14.07» с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя АО «Почта Банк» <...> (доверенность от <...> № 77 <...>) без надлежащей оформленной доверенности на право представления интересов АО «Почта Банк» в антимонопольном органе по делам о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе.

<...> присутствует при рассмотрении дела посредством использования видеоконференцсвязи сервиса Trueconf по ходатайству от 25.11.2022 № <...>,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение гр. В о поступлении на принадлежащий ему абонентский номер <...> рекламных СМС-сообщений с буквенного идентификатора «РОСНТАВАНК» 05.06.2022 в 16:01 следующего

содержания: «<...>, напоминаем, Вам одобрен кредит наличными на 1 100 000 р! Подробнее: <https://my.pochta<...>>», и 20.06.2022 в 17:11 следующего содержания: «Лидия Васильевна, карта одобрена: лимит 397 000 р, льготный период до 120 дней + до 30% бонусами за покупки! Оформите <https://my.poch<...>> до 14.07» 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 1 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении указанных СМС-сообщений, выразившееся 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 буквенным идентификатором «РОСНТАВАНК» выделен АО «Почта Банк» (далее – Банк) на основании договора об оказании услуг связи <...> от 05.02.2021 № <...>.

Согласно письменным пояснениям АО «Почта Банк» рассматриваемые СМС-сообщения были направлены клиенту Банка гр. А., которая при открытии сберегательного счета указала абонентский номер <...> в качестве контактного. В заявлении об открытии сберегательного счета гр. А предоставила Банку, а также организациям, входящим в группу ВТБ и иным лицам по поручению Банка и/или партнерам Банка право направлять информацию, включая информацию рекламного характера, об услугах Банка и/или партнеров Банка на предоставленные клиентом Банку адреса и контакты, включая отправку СМС-сообщений на номер мобильного телефона, указанный в заявлении об открытии сберегательного счета.

Заявления гр. А об отзыве согласия на получение рекламных СМС-сообщений на абонентский номер <...> в Банк не поступали.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

АО «Почта Банк» (место нахождения: 107061, г. Москва, Преображенская пл., д. 8) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 09.08.2002 за государственным регистрационным номером 1023200000010, ИНН: 3232005484.

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.

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.

Согласно позиции АО «Почта Банк» рассматриваемая СМС-рассылка, направленная на абонентский номер <...>, является информированием клиента Банка гр. А о сформированном персональном предложении как для пользователя банковских продуктов Банка, а не рекламной кампанией.

По состоянию на 27.10.2022 гр. А является клиентом Банка на основании действующего Договора сберегательного счета от <...> № <...> и Договора дистанционного банковского обслуживания от <...> № <...>

На абонентский номер <...> Банком неоднократно направлялись СМС-сообщения с предложениями продуктов Банка, в том числе кредит на сумму 1 100 000 руб. (сообщение от 05.06.2022) и кредитная карта с лимитом 397 000 руб. (сообщение от 20.06.2022).

Согласно пункту 6.2 Положения о проведении целевых маркетинговых кампаний и Акций АО «Почта Банк» в новой редакции (редакция 3.0), утвержденного Приказом АО «Почта Банк» от <...> № <...> «Об утверждении Положения о проведении целевых маркетинговых кампаний и Акций АО «Почта Банк» в новой редакции (редакция 3.0)» (далее – Положение о проведении ЦМК), кампании по продаже кредитов наличными, кредитных карт, увеличение кредитных лимитов по действующим договорам требуют обязательного прохождения этапа принятия кредитного решения.

Кампании по продаже пассивных продуктов и дебетовых карт, а также информационные и портфельные кампании, не предусматривающие увеличение кредитных лимитов по действующим договорам, в рамках подготовки кампаний не требуют проверки в Системе принятия решений (пункт 6.3 Положения о проведении ЦМК).

Согласно Положению о проведении ЦМК под информационной кампанией понимается кампания, в рамках которой не предусмотрено оформление продуктов Банка из предложения, направлена на информирование и поздравление клиентов Банка, а также кампания по продвижению дополнительных сервисов и услуг Банка (сервисные предложения).

Проверка на возможность предоставления кредитного предложения производится Системой принятия решения на этапе оформления предложения и заявки на соответствующий продукт Банка (пункт 6.4 Положения о проведении ЦМК).

Оформление продуктовых предложений производится путем создания заявки из предложений. Параметры лимитов кредитной заявки могут меняться по инициативе клиентов в рамках, одобренных Системой принятия решений и в пределах ограничений по предложению (пункт 6.9 Положения о проведении ЦМК).

Согласно письменным пояснениями АО «Почта Банк» предложения для клиента гр. А формировались программным обеспечением Банка и выгружались в коммуникации (звонки, СМС-сообщения), в связи с чем какие-либо документы, подтверждающие формирование и принятие Банком персонального решения в отношении клиента гр. А не оформлялись.

Банк рассчитал для клиента два предложения в виде следующих продуктов: потребительский кредит «Суперсмайт-<...>» от 05.06.2022 и кредитная карта «<...>» по программе «Кредитная карта» от 20.06.2022.

Документы, подтверждающие персональные решения АО «Почта Банк» в отношении клиента гр. А в том числе результаты проверки Системой принятия решения возможности предоставления ей кредитного предложения, а также выгрузки из программного обеспечения Банка, в материалы дела Банком не представлены.

Банк подтвердил, что от клиента гр. А не поступали заявления о предоставлении ей кредита, в том числе на сумму 1 100 000 руб. и кредитной карты, в том числе на сумму 397 000 руб.

Содержание рассматриваемых СМС-сообщений позволяют сделать вывод о проведении АО «Почта Банк» продуктовой кампании, в рамках которой предусмотрено оформление договора на продукты Банка или увеличение использования продукта по оформленному ранее договору.

Учитывая изложенное, Комиссия установила, что направление рассматриваемых СМС-сообщений осуществлялось в рамках маркетинговой кампании, целью которой является увеличение использования клиентом Банка кредитных продуктов АО «Почта Банк».

АО «Почта Банк» не представил доказательств осуществления персонализированного обращения к клиенту Банка гр. А посредством направления 05.06.2022 в 16:01 и 20.06.2022 в 17:11 СМС-сообщений на абонентский номер <...>.

Девятый арбитражный апелляционный суд в постановлении от 02.03.2020 по делу № А40-259081/2019 указывает, что 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.

Включение формально персонифицированной информации в текст рекламных СМС-сообщений однозначно рекламного характера не может быть оценено иначе как направленное на создание видимости несоответствия рекламных сообщений требованиям пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе и как следствие избежание квалификации данного сообщения как рекламного, при одновременном сохранении такого признака рекламы, как направленной на привлечение внимания к рекламируемому объекту, то есть направленной на извлечение прибыли.

Таким образом, рассматриваемые входящие СМС-сообщения, поступившие

05.06.2022 в 16:01 и 20.06.2022 в 17:11 на принадлежащий заявителю абонентский номер являются рекламой поскольку отвечают всем признакам рекламы, согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, а именно: являются информацией, распространенной по сетям электросвязи, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к услугам кредитования АО «Почта Банк».

Объектом рекламирования в спорных СМС-сообщениях являются кредитные продукты АО «Почта Банк», а именно потребительский кредит «Суперсмайт-<...>» и кредитная карта «<...>» по программе «Кредитная карта».

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

Факт поступления на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> рассматриваемых СМС-сообщений с абонентского номера с буквенным идентификатором «РОСНТАВАНК» подтверждается оборудованием <...> (далее – Оператор), а также другими материалами дела.

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 – 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 сведениям, представленным <...>, в период с 22.11.2021 по 26.12.2021 был выделен гр. Б по договору об оказании услуг связи «Билайн» от 22.11.2011 № <...>.

В настоящее время абонентский номер <...> выделен гр. В по договору об оказании услуг связи «<...>» от 07.03.2021 № <...>.

Оператор подтвердил, что абонентский номер <...> никогда не выделялся гр. А.

Таким образом, абонентом по абонентскому номеру <...> в даты поступления рассматриваемых СМС-сообщений являлся гр. В.

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.

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.

Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме,

достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя либо рекламораспространителя.

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

Согласно сведениям, представленным Оператором, абонентский номер с буквенным идентификатором «РОСНТАВАНК» выделен АО «Почта Банк» (далее – Абонент) по договору об оказании услуг связи «<...>» от <...> № <...> (далее – Договор).

В соответствии с Приложением № 1 к Договору Оператор предоставляет Абоненту услуги доступа к программно-аппаратному комплексу Оператора для формирования и рассылки коротких текстовых сообщений определенному кругу лиц (далее – Услуги).

Согласно Приложению № 1 к Договору пользователями являются клиенты Абонента, являющиеся пользователями услуг подвижной радиотелефонной связи Оператора и/или других операторов подвижной радиотелефонной связи, и на абонентские телефонные номера которых осуществляется рассылка коротких текстовых сообщений (далее – Пользователи).

Пунктом 1.3 Приложения № 1 к Договору установлено, что при использовании Услугими Абонент самостоятельно без участия Оператора определяет содержание коротких текстовых сообщений, формирует их текст и осуществляет рассылку коротких текстовых сообщений на абонентские номера Пользователей.

Согласно пункту 4.2 Приложения № 1 к Договору Абонент осуществляет рассылку коротких текстовых сообщений на телефонные номера только тех, Пользователей, которые представили Абоненту свое предварительное согласие на получение рекламных, информационных и иных материалов путем рассылки коротких текстовых сообщений (далее – Согласие), а также обязуется сообщать Оператору актуальные даты получения Согласий Абонентом до даты осуществления рассылок на номера соответствующих Пользователей.

По вопросу наличия предварительного согласия на получение рекламы абонентом, которому принадлежит абонентский номер <...> в рамках данной СМС-рассылки АО «Почта Банк» сообщило, что указанный абонентский номер является контактным номером клиента Банка гр. А на основании ее заявления об открытии Сберегательного счета АО «Почта Банк» от <...> (далее – Заявление).

В соответствии с текстом Заявления, подписанного гр. А, она предоставила Банку, а также организациям, входящим в группу ВТБ и иным лицам по поручению Банка и/или партнерам Банка право направлять информацию, включая информацию рекламного характера, об услугах Банка и/или партнеров Банка на предоставленные клиентам Банку адреса и контакты, включая отправку СМС-сообщений на номер мобильного телефона, указанный в Заявлении.

Согласно письменным пояснениям АО «Почта Банк» от 31.10.2022 информация о смене владельца абонентского номера <...> стала известна сотрудникам Банка

только после возбуждения данного дела, претензионных обращений гр. В по вопросу получения им СМС-сообщений от Банка с требованием прекращения направлений на принадлежащий ему абонентский номер <...> любых рекламных сообщений Банком не зарегистрировано. Заявления об отзыве согласия на получение СМС-сообщений от гр. А не поступали.

Вместе с тем Комиссия установила несколько фактов обращения гр. В в АО «Почта Банк» с требованиями прекратить рассылку на абонентский номер <...>.

22.01.2022 гр. В обратился на горячую линию Банка с абонентского номера <...> с требованием удалить указанный абонентский номер из базы Банка в связи с тем, он не является клиентом АО «Почты Банка» и на его абонентский номер поступают СМС-сообщения от Банка об одобрении кредита, которые адресованы другому человеку (обращение от 22.01.2022 № <...>).

В письменных пояснениях от 10.11.2022 АО «Почта Банк» подтвердил факт обращения 22.01.2022 гр. В. на телефон горячей линии Банка.

По результатам рассмотрения обращения от 22.01.2022 № <...> Банк направил СМС-сообщение на абонентский номер <...> с информированием о способе получения письменного ответа Банка на указанное обращение.

АО «Почта Банк» представило в материалы дела текст письменного ответа на обращение № <...>, содержащего дополнительные требования для удаления номера из базы Банка. Банк требовал представить договор с оператором связи, свидетельствующий о принадлежности данного номера заявителю.

Согласно материалам обращения гр. В 14.06.2022 повторно обратился в АО «Почта Банк» посредством направления письма на адрес электронной почты <...> с требованием прекратить направление рекламы на абонентский номер <...>.

В ходе рассмотрения дела АО «Почта Банк» не представил сведений о факте обращения гр. В 14.06.2022.

В соответствии с материалами дела по результатам рассмотрения обращения от 14.06.2022 Банк не зарегистрировал отказ гр. В на получение им рекламных СМС-сообщений на абонентский номер <...>, а также направил информацию о необходимости предоставления договора с оператором связи и паспортных данных заявителя для идентификации его как клиента АО «Почта Банк» для фиксации информации об отказе от маркетинговых коммуникаций.

Таким образом, АО «Почта Банк» с 22.01.2022 обладало информацией о направлении СМС-сообщений рекламного характера другому абоненту.

Рекламораспространитель СМС-сообщений должен принять меры по однозначной идентификации именно абонента, а не лица, указавшего телефонный номер при заполнении документов, подтверждающих согласие на направление рекламных и информационных материалов, а также получить предварительное согласие абонента на направление ему рекламной информации посредством использования сетей электросвязи, то есть получить согласие непосредственно перед направлением конкретного сообщения рекламного характера определенному абоненту.

Указанная позиция также подтверждается судебной практикой (дело № А56-135131/2019).

Доказательств принятия Банком мер по идентификации абонента абонентского номера <...>, а также получению предварительного согласия указанного абонента на направление ему рекламы в материалы дела не представлено.

Таким образом, АО «Почта Банк» не предприняло достаточных мер по соблюдению указанных требований.

Учитывая изложенное, на момент распространения рекламы АО «Почта Банк» не обладало согласием абонента абонентского номера <...> гр. В на получении им рекламы, а также игнорировало его отказы на получение рекламных материалов от Банка.

<...> также сообщило, что в целях проверки исполнения требований, указанных в Договоре, запросило у АО «Почта Банк» документальное подтверждение согласия гр. В, которому выделен абонентский номер <...>, на получение СМС-сообщений от отправителя «РОСНТАВАНК». АО «Почта Банк» не представило в адрес <...> согласие гр. В на получение рекламной информации (письмо <...> от <...> № <...>).

Таким образом, АО «Почта Банк» нарушены требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

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.

Комиссией установлено, что рекламируемые финансовые услуги представляет АО «Почта Банк». Опроверяющих данный факт сведений Банк не представил.

АО «Почта Банк» является кредитной организацией на основании универсальной лицензии Банка России на осуществление банковских операций со средствами в рублях и иностранной валюте (с правом привлечения во вклады денежных средств физических лиц) без права на осуществление банковских операций с драгоценными металлами от 09.04.2020 № 650.

Вместе с тем, 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.

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, 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.).

Таким образом, 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 сроках, предоставляемых кредитов, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с их получением.

Реклама, распространенная посредством СМС-сообщения 05.06.2022, направлена на привлечение внимания к услугам кредитования («одобрен кредит наличными на 1 100 000 р»), содержит часть существенных условий предоставления кредита, влияющих на его стоимость («на 1 100 000 р») и создает впечатление, что какие-либо иные условия (срок, комиссии, штрафы), влияющие на фактическую стоимость кредита, отсутствуют.

Согласно тарифам по предоставлению потребительских кредитов «Суперсмайт-<...>» (приложение № 2 к Приказу АО «Почта Банк» от <...> № <...>) указанный кредит имеет следующие существенные условия: процентная ставка по кредиту составляет 16,9 % годовых, плановый срок погашения кредита составляет 36-84 месяцев, срок действия кредитного решения, кредитного лимита, лимиты на расходные операции по локальной карте, а также дополнительные условия, предоставляемые по договору потребительского кредита, которые влияют на расходы лиц, воспользовавшихся данными услугами, например денежные комиссии за подключение услуг «<...>» и «<...>» и пр.).

Реклама, распространенная посредством СМС-сообщения 20.06.2022, направлена

на привлечение внимания к услугам кредитования («карта одобрена: лимит 397 000 р, льготный период до 120 дней + до 30% бонусами за покупки»), содержит часть существенных условий предоставления кредита, влияющих на его стоимость («лимит 397 000 р, льготный период до 120 дней + до 30% бонусами») и создает впечатление, что какие-либо иные условия (срок, комиссии, штрафы), влияющие на фактическую стоимость кредита, отсутствуют.

Согласно материалам дела указанная карта является кредитной картой «<...>» по программе «Кредитная карта» (приложение № 1 к Приказу АО «Почта Банк» от <...> № <...>).

В рассматриваемой рекламе отсутствует такая существенная информация об указанной кредитной карте как обязательный ежемесячный платеж не менее 3 % от задолженности по основу долгу на расчетную дату и задолженности по комиссиям и процентам, а также иные существенные условия обслуживания указанной карты.

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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Учитывая изложенное, в рассматриваемой рекламе должны были быть указаны все существенные условия, влияющие на сумму доходов, которые получат 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 рекламодатель.

Согласно материалам дела рекламодателем и рекламораспространителем спорной рекламы является АО «Почта 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 (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 внес абонентский номер, принадлежащий заявителю, в стоп-лист.

Документальное подтверждение прекращения распространения Банком рекламы на абонентский номер <...> в материалы дела не представлено.

Вместе с тем Банком также не представлены доказательства прекращения распространения рекламы с нарушением части 7 статьи 5, части 1 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 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать АО «Почта 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

<...>

<...>