

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/28-474/2024

Резолютивная часть решения оглашена «13» июня 2024 г.

В полном объеме решение изготовлено «25» июня 2024 г.

«25» июня 2024 г.

г. Москва

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

Председатель Комиссии:

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

Члены Комиссии:

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

<...> – заместитель начальника отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления, рассмотрев дело № 050/05/28-474/2024, возбужденное по факту поступления 13.02.2024 в 10:01 на принадлежащий заявителю абонентский номер +79500221119 рекламного СМС-сообщения с абонентского номера с буквенным идентификатором «UBRR» следующего содержания: *«Александр Николович, поддержим амбициозные цели крупными суммами – одобрим кредит до 5 млн Р. Узнайте, сколько доступно вам ubrr.ru/cr ПАО КБ УБРИФ»* с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Управление поступило обращение <...> по факту поступления 13.02.2024 в 10:01 на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> рекламного СМС-сообщения с абонентского номера с буквенным идентификатором «UBRR» следующего содержания: *«Александр Николович, поддержим амбициозные цели крупными суммами – одобрим кредит до 5 млн Р. Узнайте, сколько доступно вам ubrr.ru/cr ПАО КБ УБРИФ»* без предусмотренного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы (далее – Обращение).

В ходе рассмотрения Обращения установлены признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы, выразившиеся в умалчивании об иных условиях оказания финансовых 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.

Также в ходе рассмотрения Обращения Управлением установлено, что абонентский номер с буквенным идентификатором «UBRR» выделен Акционерному обществу «Загрузка» (место нахождения: 115280, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Даниловский, ул. Ленинская слобода, д. 26, помещ. 4Н/1; ИНН: 7703544582; ОГРН: 1057746396113, далее – АО «Загрузка») в соответствии с договором от 01.01.2018 № TM-SMS-05, заключенным с ООО «Тинькофф Мобайл».

12.01.2024 деятельность АО «Загрузка» прекращена путем реорганизации в форме присоединения к Обществу с ограниченной ответственностью «Раппорто» (место нахождения: 119021, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Хамовники, ул. Льва Толстого, д. 23, стр. 4, эт./помещ. 1/II, ком. 7; ИНН: 7715710393; ОГРН: 1087746876029; дата регистрации в качестве юридического лица: 25.07.2008, далее – ООО «Раппорто», Общество).

Согласно правовой позиции ООО «Раппорто» от 02.05.2024 № 605 рассылка рассматриваемого СМС-сообщения осуществлялась в рамках исполнения договора от 15.09.2020 № 34381, заключенного между Обществом и Публичным акционерным обществом «Уральский банк реконструкции и развития» (место нахождения: 620063, Свердловская область, г.о. город Екатеринбург, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, д. 51, эт. 11; ИНН: 6608008004; ОГРН: 1026600000350; дата регистрации в качестве юридического лица: 20.02.2002, далее – ПАО КБ «УБРИР», Банк).

В соответствии с условиями данного договора Агрегатор (Общество) за обусловленную плату предоставляет Заказчику (Банк) доступ к системе Rapporto, обеспечивающей формирование, планирование, доставку до абонентов различных рассылок, управление ими.

Формирование текста сообщений и создание списков телефонных номеров абонентов для отправки сообщений производится Заказчиком в Системе самостоятельно с соблюдением требований действующего законодательства Российской Федерации, ввиду чего, по мнению Общества, оно выполняет в рамках рассматриваемых отношений исключительно технологическую функцию и не является рекламораспространителем, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с правовой позицией ПАО КБ «УБРИР» от 27.04.2024 № 1/2/24-054742 заявитель является клиентом Банка. Подписав заявление от 08.09.2021 № 2005710450/01, <...> присоединился к Правилам комплексного банковского обслуживания физических лиц в ПАО КБ «УБРИР» и выразил согласие на получение рекламы услуг Банка на свой мобильный телефон.

Банк в правовой позиции от 11.06.2024 № 1/2/24-070577 не отрицает, что <...> 07.02.2024 направлял в диалоге с роботом Банка в системе «Интернет-банк»

сообщение с отказом от получения рекламы, вместе с тем, по мнению Банка, данная форма отказа клиента от получения рекламы не предусмотрена Правилами комплексного банковского обслуживания физических лиц в ПАО КБ «УБРиР», ввиду чего соответствующее согласие <...> не было отозвано надлежащим образом.

Рассмотрев материалы дела и изучив доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

В силу положений пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой признается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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 3 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.

Рассматриваемое входящее СМС-сообщение, поступившее 13.02.2024 в 10:01 на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> с абонентского номера с буквенным идентификатором «UBRR», является рекламой, поскольку отвечает всем признакам рекламы согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, а именно: является информацией *«Александр Николович, поддержим амбициозные цели крупными суммами – одобрим кредит до 5 млн Р. Узнайте, сколько доступно вам ubrr.ru/cr ПАО КБ УБРиР»*, распространенной по сетям электросвязи, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к финансовой услуге по предоставлению кредита.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон 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 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.

Таким образом, Законом о рекламе установлен однозначный запрет на распространение рекламы по сетям электросвязи при отсутствии согласия абонента.

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.

В соответствии с частью 1 статьи 44.1 Закона о связи рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее – рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

Согласие на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было не только однозначно идентифицировать такого абонента, но и подтвердить волеизъявление данного абонента на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

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

В соответствии со сведениями, представленными ООО «Тинькофф Мобайл», абонентский номер <...> выделен <...> на основании договора об оказании услуг связи 14.12.2020.

Факт поступления 13.02.2024 в 10:01 на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> входящего СМС-сообщения с абонентского номера с буквенным идентификатором «UBRR» подтверждается ООО «Тинькофф Мобайл».

Поскольку Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи, требование об определенной форме сообщения об отзыве указанного согласия законодательством также не установлено.

Помимо этого, исполнение установленной частью 1 статьи 18 Закона о рекламе обязанности рекламодателя немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием, также не обусловлено определенной формой такого требования.

Следовательно, довод Банка о ненадлежащей форме сообщения заявителя об отзыве согласия на получение им рекламы несостоятелен, поскольку из рассматриваемого сообщения <...> от 07.02.2024 в чате с роботом Банка однозначно усматривается его волеизъявление на отказ от получения рекламы.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу об отсутствии у ПАО КБ «УБРиР» согласия <...> на получение им рекламы на дату направления рассматриваемого СМС-сообщения, что свидетельствует о распространении рекламы с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Закона 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.

Проанализировав содержание рассматриваемой рекламы, Комиссия приходит к выводу о том, что в ней сообщается о максимальной сумме предоставляемого Банком кредита (кредит «Мой выбор!»).

Вместе с тем иные условия, влияющие на стоимость соответствующей финансовой услуги (процентная ставка по кредиту, срок кредита), в данной рекламе отсутствуют, несмотря на то, что они указаны в подробных условиях кредита «Мой выбор!», представленных ПАО КБ «УБРиР» в материалы настоящего дела.

Реклама финансовой услуги должна содержать не только привлекательные для потребителя условия, влияющие на ее стоимость, но и условия, способные обмануть ожидания потребителя, сформированные такой рекламой.

Иное свидетельствовало бы о том, что в распространяемой рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, при этом потребители рекламы вводятся в заблуждение, что прямо запрещено частью 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Следовательно, распространение данной рекламы осуществлено с нарушением части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи

18 Закона о рекламе.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

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

Из материалов настоящего дела следует, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ПАО КБ «УБРиР».

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.

Комиссия не располагает сведениями о продолжении распространения указанной рекламы на абонентский номер, принадлежащий заявителю. Также Банком представлено документальное подтверждение (фотография системы SAP CRM), свидетельствующее о запрете совершения звонков и направления СМС-сообщений на абонентский номер заявителя.

Учитывая изложенное, оснований для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не имеется.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-48 Правил, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей

требованиям части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, пункту 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела по признакам нарушения 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.