

Комиссия Карельского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

<...>– заместитель руководителя Карельского УФАС России, председатель Комиссии;

<...>– начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов, недобросовестной конкуренции и рекламы, член Комиссии;

<...>– ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов, недобросовестной конкуренции и рекламы, член Комиссии,

рассмотрев дело №03-02/28-2018, возбужденное в отношении ООО «Инбокс» (ИНН 7802620788, ОГРН 1177847170973 ул. Дрезденская, д. 26, литер А, пом. 1-Н, офис 102, г. Санкт-Петербург, 194017) по факту распространения 06.04.2018 в 16:41 на телефонный номер <...>без его предварительного согласия SMS-сообщения с рекламой следующего содержания: «Вадим, займ под 0% В CreditPlus до 15000 руб. Получи – crp-dc.ru/702» с признаками нарушения части 1 статьи 18, частей 1 и 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), в отсутствие заявителя, а также представителей лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Карельского УФАС России поступило заявление <...> (вх. от 09.04.2018 №1663) о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы посредством SMS-сообщения на мобильный номер абонента заявителя <...>).

Согласно скриншоту, приложенному к заявлению, SMS-сообщение поступило от абонента с номером телефона <...>06.04.2018 в 16:41 с текстом: «Вадим, займ под 0% В CreditPlus до 15000 руб. Получи – crp-dc.ru/702».

Заявитель просил принять меры по отношению к рекламодателю и рекламораспространителю вышеназванной рекламы, так как своего согласия на получение указанной рекламы он не давал.

Определением от 09.06.2018 «О возбуждении рассмотрения дела №03-02/28-2018 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (далее – определение) рассмотрение дела было назначено на 16 часов 00 минут 03.07.2018.

ООО «Инбокс» с письмом от 29.06.2018 направило ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие Общества. Кроме того, по мнению ООО «Инбокс», ФЗ «О рекламе» не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента и не устанавливает требования к обязательному подписанию таких согласий. Касаясь нарушения части 1 и 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» Общество пояснило, что, по их мнению, вся информация по условиям кредита включена в текст сообщения по гиперссылке на адрес в сети интернет.

Рассмотрение дела состоялось в назначенное время.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам.

В силу статьи 1 ФЗ «О рекламе» целями настоящего Закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама - это 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно разъяснениям, ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624 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.

В данном случае, обращение к абоненту не является фактором, определенно

идентифицирующим получателя распространяемой информации. Подобное обращение к потенциальному клиенту является нормальным общепринятым поведением в обществе, соответствующим правилам обычного и делового этикета и лишь свидетельствует о клиентоориентированной направленности деятельности рекламодателя при продвижении своей продукции на рынке.

В случае направленная посредством SMS - сообщения информации, содержащая 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. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение в сообщении (упоминание имени абонента), представляет интерес для неопределенного круга лиц и является рекламой.

В соответствии с пунктом 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым ФЗ «О рекламе».

Информация, распространенная на выделенный Кочергину В.А. телефонный номер <...>, полностью подпадает под определение, данное в статье 3 ФЗ «О рекламе», так как распространяется посредством подвижной радиотелефонной связи, адресована неопределенному кругу лиц, то есть не персонализирована и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Частью 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что 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.

Ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 Закона, несет рекламодатель (часть 7 статьи 38 ФЗ «О

рекламе»).

Таким образом, обязанность доказывать наличие согласия на получение рекламы возложена на рекламораспространителей.

Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в пункте 15 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что 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 необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. Ввиду того, что Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя. Вместе с тем согласие абонента на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

Из документов, полученных в ходе рассмотрения дела, следует, что телефонный номер <...>, выделенный Заявителю, относится к номерной емкости оператора связи - ПАО «ВымпелКом» (договор от 29.01.2007 об оказании услуг связи «Билайн»).

По информации, предоставленной оператором связи ПАО «ВымпелКом» с письмом от 27.04.2018 (вх. от 27.04.2018 №2036), оборудованием ПАО «ВымпелКом» зафиксировано 06.04.2018 в 16:41:36 поступление на абонентский номер <...>SMS-сообщения от отправителя <...>, который в свою очередь выделен ООО «Инбокс» (ИНН 7802620788, ОГРН 1177847170973).

Согласно выписке из ЕГРЮЛ учредителем ООО «Инбокс» является Божко Антон Евгеньевич, основной вид деятельности Общества – деятельность рекламных агентств.

Таким образом, отправка вышеуказанного SMS-сообщения была инициирована ООО «Инбокс» с использованием технической системы ПАО «ВымпелКом».

ООО «Инбокс» на запрос Карельского УФАС России представило согласие на обработку персональных данных от лица ООО «Лайф-Медиа» (ИНН 6318242161, ОГРН 1146318003589).

Согласно выписке из ЕГРЮЛ учредителем ООО «Лайф-медиа» является Левская Яна Сергеевна, основной вид деятельности Общества – деятельность рекламных агентств.

При этом, в представленном согласии отсутствует условие предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы, также отсутствует подтверждение, что такое согласие было подписано заявителем.

В материалы расследования доказательств получения предварительного согласия конкретного абонента, а именно <...>, на получение рассматриваемой SMS-рекламы не представлено ни ПАО «ВымпелКом», ни ООО «Инбокс».

Из вышеизложенного следует, что рекламораспространителем рассматриваемого рекламного SMS-сообщения является ООО «Инбокс».

Таким образом, действия ООО «Инбокс» по распространению 06.04.2018 в 16:41 с текстом: «Вадим, займ под 0% В CreditPlus до 15000 руб. Получи – ср-с.ru/702» совершены с нарушением требований части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», то есть вышеуказанная реклама распространена без предварительного согласия абонента.

Согласно части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Исходя из части 3 статьи 28 ФЗ «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.

Пунктом 25 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – постановление Пленума ВАС №58) определено, что в соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой

банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

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.).

Вместе с тем рекламодатель не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, которые понесет заемщик, воспользовавшись рекламируемой банковской услугой. Достаточно перечисления таких расходов.

В то же время к информации, определяющей фактическую стоимость кредита, не может быть отнесена информация о неблагоприятных последствиях нарушения договора на оказание финансовых услуг, которые может понести заемщик при неисполнении обязательства, поскольку указанные последствия не могут быть определены рекламодателем до возникновения факта нарушения соответствующих условий договора.

С учетом изложенного, в случае когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствуют в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признать, что данные сведения не были доведены для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

В рассматриваемой рекламе указано, что заявителю доступен займ под 0% до 15000 р., но остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее, отсутствуют. Кроме того, не указаны сведения о лице, предоставляющем услугу. Данный факт свидетельствует о нарушении частей 1 и 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно частям 6 и 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований части 1 статьи 18, части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, а за нарушение требований статьи 28 ФЗ «О рекламе» рекламодатель.

Рекламодателем, согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» является - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и

(или) содержание рекламы лицо; рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Информацию о рекламодателе рассматриваемой рекламы ООО «Инбокс», по запросу Карельского УФАС России, не представило.

Таким образом, из имеющейся информации в материалах дела, в силу пунктов 5, 6 и 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодателем и рекламодателем указанной рекламы является ООО «Инбокс».

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «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 ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Вадим, займ под 0% В CreditPlus до 15000 руб. Получи – crp-dc.ru/702», распространенную ООО «Инбокс» 06.04.2018 в 16:41, посредством SMS-сообщения без предварительного согласия заявителя, как нарушающую требования части 1 статьи 18, частей 1 и 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

2. ООО «Инбокс» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Карельского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение антимонопольного органа может быть оспорено в арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.

<...>