

## РЕШЕНИЕ

12 июля 2017 г.  
Благовещенск

г.

Комиссия Амурского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

рассмотрев дело № Р-18/22 2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований установленных частью 1 статьи 18, частью 3 статьи 28, частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Закон «О рекламе»),

в отсутствии:

заявителя: уведомлен надлежащим образом;

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ПАО «<...>» уведомлено надлежащим образом;

заинтересованного лица – ---, эксперта – ---, переводчика – ---

### УСТАНОВИЛА:

Председателем Комиссии Амурского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе определением от 22.06.2017 № 03-2690 в отношении Публичного акционерного общества «<...>» (далее – ПАО «<...>», Банк) возбуждено дело № Р-18/22 2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе назначенное к рассмотрению на 12.07.2017 в 11 часов 00 минут.

В ходе рассмотрения заявления <...> (далее также Заявитель) установлено, что 14.03.2017 на мобильный телефон с номером +<...>, принадлежащий Заявителю поступило смс-сообщение рекламного характера с номера, имеющего буквенный идентификатор «<...>» с текстом следующего содержания: «Обновить гардероб к весне? «Переобуть» машину? Легко с кредитом от <...>! Ставка всего от 15%! Т. <...>».

Текст вышеназванного смс-сообщения, согласно пунктов 1-3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», подпадает под понятие рекламы, поскольку адресован неопределенному кругу лиц и направлен на

привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и (или) поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Федерального 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.

Вместе с тем, <...> не давал предварительного согласия на получение рекламы на вышеназванный принадлежащий ему номер сотового телефона.

ПАО <...> письменно пояснил (вх. № <...>), что Банк использует номер с буквенным идентификатором «<...>», является рекламодателем, рекламодателем и рекламопроизводителем рекламы с текстом следующего содержания: «Обновить гардероб к весне? «Переобуть» машину? Легко с кредитом от ПАО <...>! Ставка всего от 15%! Т. <...>», ошибочно направил смс-сообщение на номер +<...>, предположительно по причине технического сбоя.

По информации представленной ПАО «МТС» (вх.№ <...>) <...> является абонентом ПАО «МТС» по договору оказания услуг подвижной связи с предоставлением абонентского номера +<...>. Детализацией от 14.03.2017 подтверждается, что 14.03.2017 в 10:34 поступило смс-сообщение с номер «<...>». А также сообщает, что номер <...> имеющий буквенный идентификатор «<...>» принадлежит ПАО <...> (ИНН <...>).

На определение о возбуждении дела ПАО «<...>» представил письменные пояснения (вх. №<...>), к которым прилагает Договор № <...> от <...> заключенный с ООО «<...>». Предметом указанного договора является предоставление ООО «<...>» комплекса необходимых технических и организационных мероприятий, обеспечивающих рассылку Сообщений, в том числе по сети подвижной радиотелефонной связи (то есть массовую отправку одинаковых сообщений абонентам с целью распространения какой-либо информации).

В соответствии с пунктом 3.2.2 Договора № <...> от <...> ПАО «<...>» (Заказчик) обязан получить от Абонента, на телефон которого планирует осуществлять отправку Сообщений с информацией заказчика, предварительное согласие, выраженное посредством совершения Абонентом действий, однозначно идентифицирующих этого Абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение Сообщений. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия Абонента, если Заказчик

не докажет, что такое согласие было получено.

Таким образом, распространителем указанной рекламы является ПАО «<...>» посредством услуг ООО «<...>», согласно указанному выше договору, в соответствии с которым ПАО «<...>» получает техническую возможность отправлять смс-сообщения.

На дату вынесения определения в антимонопольный орган ПАО «<...>» не представлено согласие на получение Заявителем рекламы посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи.

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 от 21.12.2013 № 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

В рекламе направленной на номер +<...> с текстом «Обновить гардероб к весне? «Переобуть» машину? Легко с кредитом от <...>Ставка всего от 15%! Т. <...>» содержится лишь одно условие кредитования, это ставка от 15%.

Пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 года «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» № 58, установлено, что за размещение рекламы, в которой отсутствует часть необходимой информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования, судам надлежит учитывать следующее.

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

Таким образом, рассматриваемая реклама не содержит все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), например: срок, сумму, дополнительные платежи, следовательно, усматриваются признаки нарушения части 3 статьи 28 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 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.

В вышеуказанной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения кредита, определяющих его полную стоимость, что искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, что указывает на наличие признаков нарушения части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

На заседание Комиссии представитель ПАО «<...>» не явился, уведомлен надлежащим образом.

Комиссия, оценив имеющиеся в материалах дела документы и сведения, считает возможным всесторонне и полно рассмотреть дело и провести заседание без участия представителя ответчика.

Согласно пункту 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 N 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.

Абонентский номер +<...> выделен ПАО «<...>» на основании договора об оказании услуг связи <...>

В соответствии с пунктом 15 Постановления Пленума ВАС Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее- Пленум ВАС РФ), Федеральный 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.

Доказательств получения предварительного согласия конкретного абонента, а именно <...>, на получение рекламы услуг ПАО «<...>», в ходе рассмотрения дела не представлено.

В рекламе направленной на номер +<...> с текстом «Обновить гардероб к весне? «Переобуть» машину? Легко с кредитом от ПАО <...>Ставка всего от 15%! Т. <...>» содержится одно условие, это процентная ставка «от 15%».

В соответствии с пунктом 25 Постановления Пленума ВАС РФ, 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 соответствии с пунктом 24 Пленума ВАС РФ, 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.

В рассматриваемой рекламе было указано только привлекательное условие предлагаемой финансовой услуги (минимальная процентная ставка), вместе с тем иные условия, позволяющие потребителю в полной мере оценить приемлемость условий предлагаемой услуги в рекламе, не отражены.

Так как указание в рассматриваемой рекламе условий предоставления кредита направлено на формирование у потенциального заемщика желания воспользоваться финансовой услугой - кредитованием, 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](#) Федерального 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.

Пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ, установлено, что за размещение рекламы, в которой отсутствует часть необходимой информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования, судам надлежит учитывать следующее.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о

включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Учитывая изложенное, в рассматриваемой рекламе должны были быть указаны все существенные условия предоставления рекламируемого кредита.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 1 статьи 18, части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении указанного СМС-сообщения.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований установленных частями 2 - 8 статьи 5, статьей 28 поименованного Закона – несет рекламодатель.

Рекламодателем, в соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона «О рекламе», в интересах которого непосредственно распространяется рассматриваемая реклама, является ПАО «<...>».

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных в том числе [статьями 7 - 9, 12, 14 - 18](#) поименованного Федерального закона.

Лицом, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, является: ПАО «<...>» (ИНН: <...>, ОГРН: <...>, дата регистрации: <...>, место нахождения: <...>).

Комиссией Амурского УФАС России, по совокупности документов установлено, что по вине рекламодателя (рекламодателя) ПАО «<...>» произошло распространение на территории Амурской области вышеназванной рекламы, не соответствующей требованиям части 1 статьи 18, части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона «О рекламе».

Комиссия Амурского УФАС России считает, что ПАО «<...>», являясь рекламодателем и рекламодателем вышеназванной рекламы, имело возможность получить предварительное согласие абонента +<...> на распространение рекламы путем направления смс-сообщения, либо проверить принадлежность номера клиенту Банка, что не повлекло бы нарушение части 1 статьи 18 Закона «О рекламе»;

имело возможность не распространять рекламу финансовых услуг без указания информации определяющей полную стоимость кредита, что исключило бы нарушение части 3 статьи 28 Закона «О рекламе». Указав все условия влияющие на стоимость кредита, тем самым не вводило бы потребителей рекламы в заблуждение и, следовательно, исключило нарушение части 7 статьи 5 Закона «О рекламе», однако не предприняло для этого соответствующих мер.

Согласно частей 4 и 6 статьи 38 Закона «О рекламе» к лицу, виновному в нарушении требований законодательства о рекламе, необходимо применить меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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 рекламу распространенную 14.03.2017 г. с номера, имеющего буквенный идентификатор <...>, по сетям электросвязи (посредством телефонной связи) на номер телефона +<...>, без получения предварительного согласия абонента с текстом следующего содержания:

«Обновить гардероб к весне? «Переобуть» машину? Легко с кредитом от ПАО <...>! Ставка всего от 15%! Т. <...>», ненадлежащей,

поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать в действиях ПАО «<...>», выразившихся в распространении рекламы финансовых услуг по сетям электросвязи (посредством телефонной связи) указанной в пункте 1 настоящего решения, факт нарушения части 1 статьи 18, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

3. Выдать ПАО «<...>» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Амурского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме 17.07.2017 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.