

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/28-751/2022

Резолютивная часть решения оглашена «11» августа 2022 года

В полном объеме решение изготовлено «18» августа 2022 года

«18» августа 2022 года
Москва

Г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дела 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);

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

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

рассмотрев дело № 050/05/28-751/2022, возбужденное по факту поступления на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> рекламных звонков <...> в <...> с абонентского номера <...>, а также <...> в <...> с абонентского номера <...> с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

УСТАНОВИЛА:

В Управление поступило обращение гражданина <...> от 16.03.2022 № 9594-ЭП/22 о поступлении на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> рекламных звонков <...> в <...> с абонентского номера <...>, а также <...> в <...> с абонентского номера <...> следующего содержания:
«От пяти до ста тысяч рублей с любой кредитной историей. Нажмите цифру «1», чтобы узнать, какая сумма Вам одобрена. Если Вам срочно нужны

деньги, нажмите «1» и получите их на карту за 10 минут» 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 2 статьи 18, части 1 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе при совершении рассматриваемых телефонных звонков, выразившиеся в распространении рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки), в отсутствии полного наименования лица, оказывающего финансовые услуги, а также в умалчивании о всех остальных условиях, определяющих полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющих на нее.

При рассмотрении обращения Управлением установлено, что абонентские номера <...> и <...>, с которых поступили рассматриваемые звонки, выделены оператором ПАО «ВымпелКом» ООО «ЗАЗУ ТЕЛЕКОМ» (место нахождения: 199106, г. Санкт-Петербург, вн. тер. г. муниципальный округ Гавань, пр-кт Средний В.О., д. 88, литера А, помещ. 42-Н, офис 715/10; ИНН: 7806194562; ОГРН: 1157847312644; дата регистрации в качестве юридического лица: 14.09.2015) в соответствии с приложением от 01.03.2022 к договору об оказании услуг связи «Билайн» № 724165784 от 26.06.2019.

Позицию по настоящему делу ООО «ЗАЗУ ТЕЛЕКОМ» в Управление не представило.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

В силу 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.

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.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку.

Рассматриваемые входящие звонки являются рекламой, поскольку отвечают всем признакам рекламы согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, а именно являются информацией *«От пяти до ста тысяч рублей с любой кредитной историей. Нажмите цифру «1», чтобы узнать, какая сумма Вам одобрена. Если Вам срочно нужны деньги, нажмите «1» и получите их на карту за 10 минут»*, распространенной по сетям электросвязи, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к финансовым услугам по предоставлению займа.

Объектом рекламирования являются финансовые услуги по предоставлению займа. Опровергающих данный факт сведений ООО «ЗАЗУ ТЕЛЕКОМ» в ходе рассмотрения дела не представило.

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 оказания услуг подвижной связи, заключенному с ПАО «МТС».

В силу 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.

ООО «ЗАУ ТЕЛЕКОМ» не представило в материалы настоящего дела согласие <...> на распространение на абонентский номер <...> рекламы по сетям электросвязи.

Согласно пункту 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 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 2 статьи 18 Закона о рекламе не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

Как следует из данного положения, законодательством о рекламе запрещается без участия человека не только применение средств выбора, но и набор абонентского номера для распространения рекламы.

В материалы настоящего дела заявителем представлена аудиозапись рекламного звонка, содержащая в начале разговора воспроизведенный абоненту заранее записанный аудиофрагмент, представляющий собой последовательность звуков и/или речь человека (автоматизированная запись), что позволяет сделать вывод о том, что в ходе осуществления звонка абоненту использовались средства выбора и (или) набора

абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание).

В связи с этим возможное осуществление ООО «ЗАЗУ ТЕЛЕКОМ» отбора абонентских номеров, на которые должны осуществиться звонки рекламного характера, само по себе не может свидетельствовать о соблюдении ООО «ЗАЗУ ТЕЛЕКОМ» названных требований 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.

В рассматриваемой рекламе финансовых услуг по предоставлению займа отсутствует указание на лицо, оказывающее данные 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 другие).

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 сроке предоставления займа, размере процентной ставки, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением займа.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к займу («От пяти до ста тысяч рублей с любой кредитной историей»), содержит часть существенных условий предоставления займа, влияющих на его стоимость («От пяти до ста тысяч рублей»), и создает впечатление, что какие-либо иные условия (срок, процентная ставка, комиссии, штрафы), влияющие на фактическую стоимость займа, 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 займа, в рассматриваемой рекламе отсутствуют.

Так как указание в рассматриваемой рекламе условий предоставления займа направлено на формирование у потенциального заемщика желания воспользоваться финансовой услугой – займом, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о займе приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым займом.

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 и части 2 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 и частью 2 статьи 18, частью 1 статьи 28.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «ЗАЗУ ТЕЛЕКОМ».

В ходе рассмотрения настоящего дела ООО «ЗАЗУ ТЕЛЕКОМ» не представлены доказательства того, что рекламодателем указанной рекламы является иное лицо.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что ООО «ЗАЗУ ТЕЛЕКОМ» своими действиями нарушило часть 7 статьи 5, часть 1 и часть 2 статьи 18, часть 1 и часть 3 статьи 28 Закона о рекламе.

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 рассмотрения дел о рекламе), 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.

На дату вынесения настоящего решения по делу у Комиссии отсутствуют сведения о продолжении распространения рассматриваемой рекламы.

Таким образом, основания для выдачи ООО «ЗАЗУ ТЕЛЕКОМ» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе отсутствуют.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе, а также пунктами 42-53 Правил рассмотрения дел о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 7 статьи 5, части 1 и части 2 статьи 18, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «ЗАЗУ ТЕЛЕКОМ» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления 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 арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>