

## РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/28-316/2024

25 апреля 2024 года  
город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее также – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – <...>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/28-316/2024 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Хоум Кредит энд Финанс Банк» (ИНН 7735057951, ОГРН 1027700280937, далее – ООО «ХКФ Банк», Общество) требований части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии <...>,

в отсутствие законного представителя ООО «ХКФ Банк» (ходатайство от 19.04.2024 вх. № 3593-ЭП/24)

### УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России обратилась гражданка <...> по факту поступления на принадлежащий ей абонентский номер <...> от абонента, имеющего обозначение «**HomeCredit**», смс-сообщений рекламного характера:

- 22.12.2022 в 10:37 час. смс-сообщение: «Акция: кредит до 1491000 р., вернем проценты: <https://hcdl.ru/k>»;
- 26.01.2023 в 19:38 час. смс-сообщение: «Ставки снижены: кредит от 2,9% до 1511000 р.: <https://hcdl.ru/k>»;
- 21.02.2023 в 19:52 час. смс-сообщение: «Новая ставка: получите до 1511000 р. от 2,9% <https://hcdl.ru/k>»;
- 18.04.2023 в 19:31 час. смс-сообщение: «Получите кредит, после вернем все %. До 1536000 р.: <https://hcdl.ru/bl>»;
- 20.06.2023 в 19:20 час. смс-сообщение: «Получите кредит, после вернем все %. До 1556000 р.: <https://hcdl.ru/bl>»;
- 25.12.2023 в 19:40 час. смс-сообщение: «Получите до 1645000 р., вернем все %: <https://hcdl.ru/x> ООО ХКФ Банк»;
- 09.01.2024 в 19:25 час. смс-сообщение: «Получите до 1645000 р., вернем все %: <https://hcdl.ru/x> ООО ХКФ Банк»;
- 24.01.2024 в 19:50 час. смс-сообщение: «Получите до 1645000 р., вернем все %: <https://hcdl.ru/x> ООО ХКФ Банк».

В качестве доказательств к обращению приложены фотоснимки вышеуказанных сообщений.

Кроме того, факт поступления в адрес заявителя вышеуказанной информации подтверждается детализацией оказанных услуг связи по абонентскому номеру <...>, представленной в адрес Омского УФАС России оператором связи - ПАО «МегаФон».

По информации ПАО «МегаФон», отправка вышеуказанных смс-сообщений была осуществлена абонентом ПАО «МегаФон» - ООО «ХКФ Банк» на основании договора об оказании услуг связи № ФД-14/88 от 01.12.2013.

Определение Омского УФАС России от 28.03.2024 в отношении ООО «ХКФ Банк» было возбуждено дело № 055/05/28-316/2024 по признакам нарушения требований части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

На запрос Омского УФАС России ООО «ХКФ Банк» представлена информация, согласно которой «...<...> (далее - Клиент) является Клиентом Банка с 08.09.2019 г., когда был заключен кредитный договор № <...> (далее - Договор). На дату предоставления информации Договор завершен. Счет № \*\*\*\*\* продолжает обслуживаться Банком.

При этом Клиентом был сообщен Банку его телефонный номер <...> и предоставлено согласие на обработку персональных данных и получение кредитной истории (далее - Согласие), в том числе содержащее согласие на получение любой информации (в том числе рекламного характера) посредством sms-сообщений (п. 2 Согласия).

В связи с получением ранее согласия на получение сообщений рекламного характера на предоставленный Клиентом телефонный номер <...> Банком направлены следующие смс-сообщения...

**... Рекламодателем является ООО «ХКФ Банк»...**

...Распространение спорного смс-сообщения осуществлено ООО «Мегафон» на основании заключенного с Банком Договора № ФД-14/88 от 01.12.2013 г. об оказании услуг связи.

Так, в соответствии с п. 1.1 Договора № ФД-14/88 от 01.12.2013 г. об оказании услуг связи (далее - Договор) Оператор оказывает Банку услуги связи, а также связанные с ними Дополнительные услуги, а Банк обязуется оплатить их. Банк направляет копию Договора, заключенного с ОАО «Мегафон», предметом которого является предоставление Банку услуг связи.

**Тексты sms-сообщений, направляемых клиентам Банка, составляются сотрудниками Банка.** Отправка СМС-сообщений от имени Банка осуществляется через систему SMS-GATE. Дальнейшая передача СМС-сообщений производится ОСС или Агрегаторами.

Перед отправкой смс-сообщения ответственным сотрудником Банка проверяется в электронной базе учета наличие согласия Клиента на обработку персональных данных и, в том числе, неполучение Банком отказа клиента от получения информации данным способом.

Спорное сообщение поступило Клиенту Банка с телефонного номера, предоставленного Банку ПАО «Мегафон» в рамках действующего Договора № ФД-14/88 от 01.12.2013г. Отправка смс-сообщений осуществляется с использованием буквенного идентификатора «НOMECREDIT» (именной номер). Банком не заключались дополнительные договоры для использования указанного буквенного наименования. В рамках действующего Договора Банк направляет письмо контрагенту с просьбой выделить буквенные идентификаторы для целей оказания рекламно-информационных услуг.

Таким образом, Банк до направления сообщения с предложением продуктов и услуг Банка

располагал согласием абонента (адресата) на получение им таких сообщений, на телефонный номер <...>, что свидетельствует об отсутствии нарушений требований ст. 18 ФЗ РФ «О рекламе».

Также просим учесть, что текстовое сообщение, направленное Банком, адресовано конкретному лицу (Клиенту), о чем свидетельствует:

- направление сообщения на номер, указанный клиентом Банка в Договоре;
- смс-сообщение направлено Банком лицу, являвшемуся Клиентом Банка;
- наличие согласия клиента Банка на получение такой информации (кредитный договор).

В силу п. 1 ст. 3 ФЗ РФ «О рекламе» законодатель относит к рекламе информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Аналогическая правовая позиция изложена ФАС России в Письме № АЦ/4624 от 05.04.2007г., Разъяснениях от 14.06.2012г.: «... под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация...».

Кроме того, исходя из понятия «рекламы» (п. 1 ст. 3 ФЗ РФ «О рекламе»), с учетом правовой позиции ФАС России, изложенной в Письме № АЦ/4624 от 05.04.2007г., Разъяснениях от 14.06.2012г.:

- «... под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация...»;
- «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».

По указанным выше критериям к рекламе относится только неперсонифицированная информация, побуждающая приобрести продукты и услуги Банка, адресованная неопределенному кругу лиц, а никак не своему Клиенту.

Указанное в Запросе сообщение не является неперсонифицированной информацией, а является индивидуально определенным предложением кредита клиенту Банка - <...>, причем предложением, сделанным на основании анализа ранее существовавших правоотношений с Клиентом. Иными словами, воспользоваться этим предложением сможет только конкретный Клиент.

Следовательно, данное сообщение не может быть квалифицировано как реклама и его направление не регулируется ФЗ РФ «О рекламе»...

...Относительно распространения рекламы финансовых услуг без указания лица, оказывающего данные услуги сообщаем, что спорное сообщение поступило на телефонный номер <...> с телефонного номера, предоставленного Банку ОАО «Мегафон», в рамках действующего Договора № ФД-14/88 от 01.12.2013г. об оказании услуг связи.

Отправка смс-сообщений осуществляется с использованием буквенного идентификатора «HOMECREDIT» (именной номер). Банком не заключались дополнительные договоры для

использования указанного буквенного наименования. В рамках действующего Договора Банк направляет письмо контрагенту с просьбой выделить буквенные идентификаторы для целей оказания рекламно-информационных услуг.

Кроме того, с спорным смс-сообщением содержится ссылка (<https://hcdl.ru/k>, <https://hcdl.ru/bl>, <https://hcdl.ru/x>) на сайт Банка. Таким образом, абоненту предоставлена информация о лице, оказывающем услуги.

В соответствии с ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «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.

Статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013г. № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» установлен порядок определения полной стоимости кредита (далее - ПСК).

Условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 - 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)».

Банк полагает, что условия, влияющие на ПСК в направленных Клиенту сообщениях соответствуют требованиям Федерального закона «О рекламе», поскольку направленные сообщения содержат все условия, предусмотренные Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)».

Кроме того, обращаем Ваше внимание, что согласно информации размещенной на сайте Банка, у Банка отсутствуют какие-либо дополнительные услуги, обязательные к включению в договор и влияющие на ПСК (страхование, комиссии, смс-пакет), в связи с чем информация о них отсутствовала в сообщениях.

Кроме того, Банк полагает, что реклама кредитных продуктов не предназначена для импульсивного восприятия информации потребителем; как правило, получение денежных средств в кредит является результатом длительного процесса, решение по которому может быть охарактеризовано как осознанное и взвешенное; цель рекламирования потребительских кредитов заключается не в импульсивном восприятии информации, а в формировании первичного интереса и побуждении потребителя обратиться в соответствующую кредитную организацию за подробной информацией. Для этих целей смс-сообщения Банка содержат ссылки на страницы <https://hcdl.ru/k>, <https://hcdl.ru/bl>, <https://hcdl.ru/x>, где указаны все возможные условия, в том числе по кредитам с другой ставкой.

Согласно позиции Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации реклама должна оцениваться по тому воздействию, которое она может оказать («Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе»).

В данном случае в направленных сообщениях вся информация соответствовала действительности, содержание сообщения не могло привести к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

Дополнительно, сообщаем, что после поступления информации о жалобе Клиента **абонентский номер <...> удален из рекламной рассылки Банка.**

Рассмотрев пояснения ООО «ХКФ Банк», Комиссии пришла к следующим выводам.

По определению, данному статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

**реклама** - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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** - это 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;

**товар** - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В статье 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Федеральный закон «О связи») даны основные понятия, используемые в настоящем законе:

**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.

Термин «реклама», обозначенный в части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», предполагает значение, отличающееся от общего понятия «реклама», данного в статье 3 Федерального закона «О рекламе», а именно, в нем отсутствует такой признак рекламы, как ее адресованность неопределенному кругу лиц.

**Информация, передаваемая посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, всегда предполагает индивидуализированного посредством абонентского номера или уникального кода идентификации абонента, который ее получает.**

Таким образом, в силу специфики способа распространения, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный абонентский номер, предполагается нормами законодательства о рекламе (часть 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе») и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер распространенной информации.

При разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия именно в содержании такой информации указания на её конкретного получателя.

В тексте рекламы, распространенной ООО «ХКФ Банк», отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена информация, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

Следовательно, указанное обстоятельство (отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее конкретного получателя (как в личной переписке), позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и

услуг на общий рынок Российской Федерации.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг).

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Рассматриваемая информация не являлась информацией, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательной в соответствии с федеральным законодательством.

Дополнительно Комиссия обращает внимание на то, что письмо ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624 утратило силу в связи с изданием Письма ФАС от 02.12.2022 № МШ/109196-ПР/22.

Учитывая изложенное, информация, распространенная в адрес гражданки <...> (абонентский номер <...>) в период с 22.12.2022 по 24.01.2024 от абонента, имеющего обозначение «HomeCredit», является рекламой.

При этом указанная реклама была распространена с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе:

В рекламе распространенной в адрес заявителя 22.12.2022 в 10:37 час. (смс-сообщение: «Акция: кредит до 1491000 р., вернем проценты: <https://hcdl.ru/k>»), 26.01.2023 в 19:38 час. (смс-сообщение: «Ставки снижены: кредит от 2,9% до 1511000 р.: <https://hcdl.ru/k>»), 21.02.2023 в 19:52 час. (смс-сообщение: «Новая ставка: получите до 1511000 р. от 2,9% <https://hcdl.ru/k>»), 18.04.2023 в 19:31 час. (смс-сообщение: «Получите кредит, после вернем все %. До 1536000 р.: <https://hcdl.ru/bl>») и 20.06.2023 в 19:20 час. (смс-сообщение: «Получите кредит, после вернем все %. До 1556000 р.: <https://hcdl.ru/bl>») отсутствует информация о лице, оказывающем финансовые услуги.

Вместе с тем в части 1 статьи 28 Федеральный закон «О рекламе» установлено, что 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).

Довод Общества относительно того, что отправка смс-сообщений осуществляется с использованием буквенного идентификатора «HOMECREDIT» (именной номер), следовательно, абоненту предоставлена информация о лице, оказывающем услуги, является несостоятельным ввиду того, что сведения о выделении буквенного идентификатора «HOMECREDIT» для целей оказания рекламно-информационных услуг именно ООО «ХКФ Банк», а не иному лицу, не являются общедоступными, следовательно, о данном факте потребитель может только догадываться.

В силу действовавшей на момент распространения вышеуказанной рекламы части 3 статьи 28 Федерального 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.

В нарушение части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» (действовавшей на момент распространения вышеуказанной рекламы) в сообщениях, направленных заявителю 22.12.2022, 18.04.2023, 20.06.2023 содержится информация только о сумме кредита; в

сообщениях, направленных 26.01.2023, 21.02.2023 - о сумме кредита и процентной ставке при отсутствии сведений об иных условиях, влияющих на стоимость кредита для заемщика.

Кроме того, пунктом 2 части 2 статьи 28 Федеральный закон «О рекламе» установлено, что 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.

Соответственно, в рекламе услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием ими и погашением кредита или займа, должны содержаться иные условия оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Данная норма применяется как к потребительским кредитам (займам), так и к кредитам или займам, не относящимся к потребительским, например, к кредитам или займам, предоставляемым в целях осуществления предпринимательской деятельности.

31.10.2022 Центральным банком Российской Федерации ООО «ХКФ Банк» выдана лицензия на осуществление банковских операций № 316.

Потребительский кредит (заем) - денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, в том числе с лимитом кредитования (пункт 1 часть 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее - Федеральный закон «О потребительском кредите»)).

Условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), установлены статьей 5 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)».

В пункте 25 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Постановление Пленума) указано, что 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.)».*

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)».

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федеральный закон «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, реклама, распространенная в адрес гражданки <...> (абонентский номер <...>) 22.12.2022 в 10:37 час., 26.01.2023 в 19:38 час., 21.02.2023 в 19:52 час., 18.04.2023 в 19:31 час., 20.06.2023 в 19:20 час., 25.12.2023 в 19:40 час., 09.01.2024 в 19:25 час., 24.01.2024 в 19:50 час., нарушает требования части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федеральный закон «О рекламе».

Довод Банка о наличии в смс-сообщениях гиперссылок, являющихся достаточными для ознакомления со всеми условиями рекламируемых финансовых услуг и лице, их оказывающем, Комиссия Омского УФАС России считает несостоятельным, исходя из следующего.

В рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя к такой рекламе.

В пунктах 24, 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано:

*- «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»;*

*- «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».*

Таким образом, при распространении рекламы посредством смс-сообщений при указании источника размещения сведений и/или пути к нему (гиперссылки) рекламодатель не может быть уверен, что абонент будет ознакомлен со всей информацией, предусмотренной законодательством о рекламе.

Учитывая изложенное, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу, что предоставление потребителю возможности ознакомления с существенными условиями рекламируемого кредита, а также информацией о лице, оказывающем данную финансовую услугу, посредством перехода по гиперссылке, указанной в смс-сообщении, не освобождает Банк от обязанности в рекламе финансовых услуг выполнять требования, предусмотренные частью 1, пунктом 2 части 2 и частью 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **ненадлежащая** реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ООО «ХКФ Банк» является рекламодателем, и рекламораспространителем.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 1, пунктом 2 части 2 и частью 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, ООО «ХКФ Банк», учитывая наличие договора об оказании услуг связи № ФД-14/88 от 01.12.2013, заключенного между ООО «ХКФ Банк» и ПАО «МегаФон», Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «ХКФ Банк» требований части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламной информации в адрес <...> (абонентский номер <...>) от абонента, имеющего обозначение «**HomeCredit**» в период с 22.12.2022 по 24.01.2024.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая пояснения ООО «ХКФ Банк» о том, что «**абонентский номер <...> удален из рекламной рассылки Банка**», а также отсутствие на момент рассмотрения настоящего дела доказательств обратного, Комиссией Омского УФАС России сделан вывод о нецелесообразности выдачи ООО «ХКФ Банк» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

#### РЕШИЛА:

**1.** Признать рекламу ООО «ХКФ Банк» (ИНН 7735057951, ОГРН 1027700280937), распространенную в адрес <...> (абонентский номер <...>) от абонента, имеющего обозначение «**HomeCredit**»:

- 22.12.2022 в 10:37 час. (смс-сообщение: «*Акция: кредит до 1491000 р., вернем проценты: <https://hcdl.ru/k>»); 26.01.2023 в 19:38 час. (смс-сообщение: «*Ставки снижены: кредит от 2,9% до 1511000 р.: <https://hcdl.ru/k>»); 21.02.2023 в 19:52 час. (смс-сообщение: «*Новая ставка: получите до 1511000 р. от 2,9% <https://hcdl.ru/k>»); 18.04.2023 в 19:31 час. (смс-сообщение: «*Получите кредит, после вернем все %. До 1536000 р.: <https://hcdl.ru/bl>»); и 20.06.2023 в 19:20 час. (смс-сообщение: «*Получите кредит, после вернем все %. До 1556000 р.: <https://hcdl.ru/bl>»)) ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 и части 3 (действовавшей на момент распространения рекламы статьи) 28 Федерального закона «О рекламе»;*****

- 25.12.2023 в 19:40 час. (смс-сообщение: «*Получите до 1645000 р., вернем все %: <https://hcdl.ru/x> ООО ХКФ Банк»); 09.01.2024 в 19:25 час. (смс-сообщение: «*Получите до 1645000 р., вернем все %: <https://hcdl.ru/x> ООО ХКФ Банк»); 24.01.2024 в 19:50 час. (смс-сообщение: «*Получите до 1645000 р., вернем все %: <https://hcdl.ru/x> ООО ХКФ Банк»)), ненадлежащей, нарушает требования части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федеральный закон «О рекламе».***

**2.** Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «ХКФ Банк» не выдавать.

**3.** Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу антимонопольного органа

для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 02 мая 2024 года.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>