

1. Публичное акционерное общество

«Банк ВТБ»

109147, г. Москва, ул. Воронцовская, д. 43, стр. 1

2. Заявитель <...>

**РЕШЕНИЕ**

по делу № 029/05/28-179/2019

Резолютивная часть оглашена «13» сентября 2019 года

Решение в полном объеме изготовлено «25» сентября 2019 года

«25» сентября 2019 года

г. Архангельск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области (далее по тексту – Архангельское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии	- Цакулов Ю.Г.	заместитель руководителя Управления - начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России;
Члены Комиссии:	- Шестакова Н.М.	главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России;
	- Ипатова Т.В.	ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России,

**рассмотрев дело № 029/05/28-179/2019, возбужденное по заявлению гражданина <...>, по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – ФЗ «О рекламе»),**

**в присутствии:**

- представителя Публичного акционерного общества «Банк ВТБ» (далее по тексту — ПАО «Банк ВТБ») по доверенности — Курбановой Елены Евгеньевны,

**в отсутствие:**

- заявителя <...>, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела, представителей для участия в рассмотрении настоящего дела не направил, ходатайств не заявлял, дополнений не представил.

**УСТАНОВИЛА:**

03.04.2019 (входящий № 2320) в Архангельское УФАС России из ФАС России поступило заявление гражданина <...> по вопросу направления на абонентский номер <...> -902-285-\*\*-\*\* с номера «ВТБ» (SMS-центр: +79168960390) смс-сообщений об одобрении банком ПАО «ВТБ» кредита с отсутствующими существенными условиями предоставления кредита.

По мнению заявителя, данные сообщения являются рекламными, и ПАО «ВТБ» таким образом совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

К заявлению приложены скриншоты смс-сообщений от 10.02.2019 в 11:30 и 13.03.2019 в 19:32 следующего содержания: «Федор Сергеевич! У Вас есть кредит в другом банке? Переведите его в ВТБ и платите меньше! Для Вас одобрен кредит на сумму 721 000 руб. Нужен только паспорт <...> Подробнее по тел. 88001002424. Банк ВТБ (ПАО)» и «Федор Сергеевич! Напоминаем. До 31.03.2019 Вам одобрен кредит наличными на сумму 721 000 руб. по ставке 10,9%. Получение по паспорту в день обращения. Подробнее - по тел. 88001002424. Банк ВТБ (ПАО)».

Как сообщил заявитель <...>, после получения рассматриваемых смс-сообщений он обратился за более подробной информацией в офис ПАО «Банк ВТБ» по адресу: Архангельская обл., г. Северодвинск, ул. Ломоносова, д. 87. Сотрудники банка разъяснили, что в направленном на номер телефона заявителя <...> рекламном смс-сообщении не указано существенное условие кредита — обязательное страхование, сумма которого составляет ориентировочно 100 000 рублей. Также в текст кредитного договора включен пункт о том, что в случае отказа от страхования в период «охлаждения» процентная ставка по договору возрастает до 18% годовых.

15.04.2019 (вх. № 2662) от заявителя <...> поступило повторное заявление (от 12.04.2019) с приложением детализации расходов за 13.03.2019 и сообщением, что рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем является ПАО «Банк ВТБ», рекламными сообщениями, направленными на номер телефона заявителя <...>, нарушаются требования пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», поскольку в тексте сообщений отсутствует существенная информация, влияющая на полную стоимость кредита (обязательное оформление страховки).

06.05.2019 (исх. №№ 03-12И/2025, 03-12И/2012) в ПАО «МТС и ПАО «Банк ВТБ» Архангельским УФАС России направлены запросы о предоставлении информации.

ПАО «МТС» письмом от 21.05.2019 (вх. № 3595 от 22.05.2019) сообщило.

Заявитель <...> является абонентом ПАО «МТС» на основании процедуры перенесения абонентского номера +7902285\*\*\*\* из сети ООО «Т2 Мобайл» в сеть ПАО «МТС» (копия заявления о перенесении номера прилагается).

Проанализировав отчеты по доставкам SMS-сообщений с сервисных платформ ПАО «МТС», участвующих в отправке SMS-сообщений до конечных абонентов, установлено, что спорные SMS поступили на сервисную платформу ПАО «МТС» с последующей доставкой через SMS-Центр ПАО «МТС» на абонентский номер <...> \*\*\*\* от отправителя «ВТБ», выделенного ПАО «Банк ВТБ» (ИНН 7702070139; адрес места нахождения: 190000, г. Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 29, почтовый адрес: 109147, г. Москва, ул. Воронцовская, д. 43, стр. 1) в рамках заключенного абонентского договора № 6064 от 21.08.2015 о предоставлении услуг сети сотовой радиотелефонной связи (далее - Абонентский договор).

Неотъемлемой частью заключенного между ПАО «Банк ВТБ» и ПАО «МТС» Абонентского

договора является дополнительное соглашение об оказании ПАО «Банк ВТБ» услуги «SMS-трафик».

Суть услуги «SMS-трафик» заключается в обеспечении ПАО «Банк ВТБ» технической возможности (создании необходимых условий) отправки SMS-сообщений. При этом, ПАО «Банк ВТБ» самостоятельно, без участия ПАО «МТС», определяет и формирует содержание SMS-сообщений и определяет круг абонентов, которым направляются сообщения.

ПАО «МТС» в данных отношениях является оператором связи, не формирует текст SMS и не совершает самостоятельных действий по рассылке SMS от имени «ВТБ». Так как ПАО «МТС» не являлось инициатором спорной рассылки, доказывать наличие согласия абонента на получение спорного SMS-сообщения, является обязанностью ПАО «Банк ВТБ».

SMS-сообщения от отправителя «ВТБ» были доставлены на номер <...> \*\*\*\* 10.02.2019 в 11:32 ч. и 13.03.2019 в 19:35 ч.

На номере заявителя установлены следующие запреты:

- запрет исходящего обзвона с целевыми предложениями МТС 14.09.2017;
- запрет контента 07.08.2017;
- запрет приема E-mail рассылок с целевыми предложениями МТС 14.09.2017;
- запрет приема SMS с целевыми предложениями МТС 14.09.2017;
- запрет приема информационных SMS и SMS/MMS с сайта МТС 14.09.2017. *Запретить входящие SMS от третьих лиц ПАО «МТС», как оператор связи, не имеет права.*

Письмом от 21.05.2019 (вх. № 3596 от 22.05.2019) ПАО «Банк ВТБ» (далее - Банк) сообщило.

В целях повышения уровней клиентского сервиса и лояльности клиентов Банк на основе индивидуального подхода к каждому клиенту разрабатывает специальные продуктовые и сервисные предложения. Формирование индивидуальных параметров предложений основывается на персональных характеристиках конкретного клиента с применением алгоритма оценки клиента, регламентируемого внутренними нормативными актами Банка.

Информирование клиентов о продуктах и услугах Банка осуществляется только при наличии согласия на получение такой информации и до получения Банком отзыва такого согласия.

В рассматриваемом случае заявитель <...> (далее - Клиент) предоставил Банку согласие на обработку его персональных данных в целях получения информации о продуктах и услугах, а также поручил Банку осуществлять передачу его персональных данных в объеме, необходимом для указанной цели, компаниям на основании заключенных с ними договоров. По состоянию на 15.05.2019 обращений Клиента с отзывом согласия в Банке не зарегистрировано.

10.02.2019 Клиенту было сформировано персональное кредитное предложение, о чем было направлено информационное sms-сообщение в рамках индивидуально одобренного продукта. Срок действия предложения для Клиента - до 31.03.2019.

В Банке отсутствует письменное заявление от Клиента о намерении воспользоваться специальным предложением кредитного продукта. Вследствие отсутствия волеизъявления Клиента, кредитный договор не был заключен.

Отправляя адресное сообщение конкретному, заранее определенному Клиенту, Банк предлагал ему оформить продукт на более выгодных для него условиях. Расчет параметров предлагаемого продукта производится с учетом понижающих коэффициентов для кредитных продуктов. Таким образом, индивидуальным специальным предложением от Банка мог воспользоваться только Клиент.

Согласно ФЗ «О рекламе», реклама - информация, распространяемая 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.

В соответствии с разъяснениями ФАС России от 27.06.2016 № АД/43482/16, термин «неопределенный круг лиц» трактуется следующим образом: «лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования».

В связи с вышеизложенным, Банк приходит к выводу, что в маркетинговой коммуникации с действующим Клиентом Банка отсутствует такой признак рекламы, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, следовательно, коммуникации в рамках директ-маркетинговых кампаний не являются рекламными и не подпадают под сферу действия ФЗ «О рекламе».

Рассылка смс-сообщений Клиенту осуществлялась в соответствии с условиями договора, заключенного между Банком и ООО «АйДиджитал» (агрегатор).

15.05.2019 Банк прекратил обработку персональных данных Клиента в целях информирования его о продуктах и услугах Банка.

20.06.2019 в Архангельское УФАС России от заявителя поступили письменные пояснения по делу: заявитель не помнит, что давал письменное согласие на получение промо-кодов, их не получал и не вводил. Однако, в период в февраля по апрель 2019 года на абонентский номер заявителя неоднократно поступали звонки с номеров ПАО «ВТБ» с кредитными предложениями и каждый раз заявитель пояснял, что не заинтересован в получении рекламных звонков, просил прекратить направлять рекламу посредством смс или звонков. Кроме того, 13.05.2019 заявителю вновь поступило смс-сообщение с аналогичным содержанием, однако в этот раз текст сообщения содержал упоминание о страховке, что подтверждает, по мнению заявителя, ранее изложенную им позицию.

В заседании Комиссии 12.07.2019 представитель ПАО «Банк ВТБ» Курбанова Е.Е. поддержала позицию, отраженную в представленных ранее письменных пояснениях.

В связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств, определением от 15.07.2019 рассмотрение дела № 029/05/28-179/2019 отложено на 14.08.2019 в 10 часов 00 минут.

Письмом от 01.08.2019 № 124/482000 (вх. № 5642 от 06.08.2019) ПАО «Банк ВТБ» дополнительно сообщило: рассматриваемые смс-сообщения не являются рекламой, поскольку: не адресованы неопределенному кругу лиц, смс-сообщения персонализированы, адресованы исключительно заявителю <...>, который указал свой номер телефона в заявлении на предоставление комплексного обслуживания от 08.08.2017, при этом в смс-сообщении указано имя и отчество заявителя <...>, банк знал кому адресованы смс-сообщения, индивидуальным специальным предложением от Банка, указанным в смс-сообщениях, мог воспользоваться только заявитель <...>, отсутствует объект рекламирования, смс-сообщения носят информационный характер об услугах Банка.

Учитывая, что рассматриваемые смс-сообщения не являются рекламой, в действиях Банка отсутствуют нарушения ч.7 ст. 5, п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

Рассмотрение дела № 029/05/28-179/2019 отложено на 13.09.2019 в 10 часов 00 минут для получения Архангельским УФАС России дополнительной информации от ПАО «Банк ВТБ».

06.09.2019 (вх. № 6408) ПАО «Банк ВТБ» пояснило следующее:

- банковский продукт рассчитан индивидуально, предложение сформировано с учетом понижающих коэффициентов в зависимости от следующих характеристик клиента: сотрудничество с Банком с 2006 года, история пользования Клиентом банковскими продуктами/сервисами, город/регион проживания клиента, наличие высшего образования, статус специалиста в области юриспруденции, благонадежность, отсутствие длительных просрочек по кредитам, доход и долговая нагрузка, Клиент предоставил Банку согласие на обработку его персональных данных в целях получения информации о продуктах и услугах Банка, а также поручил Банку осуществлять передачу его персональных данных в объеме, необходимом для указанной цели, компаниям, осуществляющим рассылку (в том числе почтовую, электронную и смс-оповещение) на основании заключенных с ними договоров, продукт «РАСЛ», сегмент «Лучший заемщик», доход клиента = \*\*\*\* руб., обязательства клиента = 0 руб.

- в соответствии со статьей 819 Гражданского кодекса Российской Федерации по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее. Исходя из положений вышеуказанной нормы, к существенным условиям кредитного договора относятся условия о сумме кредита, сроке и порядке его предоставления заемщику, размере процентов за пользование кредитом, сроке и порядке уплаты процентов по кредиту и возврата суммы кредита. Указанные сведения представляются клиенту любым доступным способом, в том числе, при обращении клиента по номеру Банка, указанному в смс-сообщении.

- поскольку указанные материалы являются информацией о банковском продукте, адресованному конкретному клиенту - определенному лицу, то позиция Банка заключается в том, что отсутствует субъект, который подпадал бы под определение рекламодатель/рекламораспространитель в смысле статьи 3 ФЗ «О рекламе».

- при квалификации действий Банка необходимо учитывать, что смс-сообщения, направленные 10.02.2019 в 11:32, 13.03.2019 в 19:34, 13.05.2019 в 15:36 не являются рекламой, так как были адресованы только Клиенту. Таким образом, отсутствует такой признак рекламы, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, следовательно, смс-сообщения не являются рекламными и не подпадают под сферу действия Закона о рекламе.

- обращение Клиента в органы контроля/надзора следует рассматривать как отзыв предоставленного Банку ранее согласия на получение информации о продуктах и услугах. Персональные данные Клиента исключены из списка возможных рассылок информационного и рекламного характера, в том числе специальных предложений от Банка в рамках целевых и маркетинговых программ.

В письме ПАО «Банк ВТБ» приведен персональный расчет лимита для заявителя <...>, в соответствии с которым лимит без учета страховой премии составил 721 000 рублей, вместе с тем сообщается, что если Клиент на этапе обращения в офис Банка решает приобрести продукт Страхование, сумма страховой премии включается в полную стоимость кредита. Коммуникация параметров индивидуального предодобренного предложения Клиенту осуществляется с учетом суммы без страховой премии, поскольку решение о заключении договора страхования принимается Клиентом непосредственно при визите в офис Банка.

Заседание Комиссии состоялось 13.09.2019 в 10 часов 00 минут в присутствии представителя ПАО «Банк ВТБ» по доверенности — Курбановой Е.Е.

Представитель ПАО «Банк ВТБ» сообщила о том, что позиция Банка не изменилась, условие о страховании существенным не является, поскольку является добровольным. К существенным условиям предоставления кредита относятся, как правило, сумма, срок, проценты, график погашений. Сумма кредита меняется от процентной ставки, т. е. для того, чтобы узнать подробные условия, клиент должен обратиться в банк. Смс-сообщение, направленное заявителю, является информационным и индивидуализировано.

Комиссия Архангельского УФАС России всесторонне, полно и объективно изучив и проанализировав представленные в материалы дела № 029/05/28-179/2019 доказательства, пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама - 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.

*В данной норме 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.*

*Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.*

*Кроме того, при установлении критерия неопределенности круга лиц, которому направляется информация, как основание для отнесения такой информации к рекламе, следует исходить из непосредственного содержания этой информации.*

*Информация, направленная в рассматриваемом SMS-сообщении, содержащая сведения об услугах ПАО «Банк ВТБ», обобщенного характера. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на упоминание имени абонента, представляет интерес для неопределенного круга лиц и является рекламой.*

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.

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

Как указано в Постановлении Конституционного Суда РФ от 04.03.1997 № 4-П «По делу о проверке конституционности статьи 3 Федерального закона от 18 июля 1995 года «О рекламе», реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем понимается любое лицо, к которому адресуется реклама, или которая может достичь его, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торговым клиентом или пользователем.

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

Рассматриваемая информация распространена посредством сетей электросвязи путем направления смс-сообщений, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - «кредит на сумму до 721 000 руб.» по ставке 10,9% - формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования и его продвижение на рынке, то есть отвечает законодательному определению рекламы, приведенному в п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 ФЗ «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 нарушение данной правовой формы в спорной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях предоставления кредита. По мнению специалистов ФАС России, 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.

В смс-сообщениях, направленных гражданину <...>, отсутствуют такие условия, как срок действия кредитного договора, порядок определения процентной ставки с условием обязательного страхования кредита. К тому же, в сообщении от 10.02.2019 не обозначены условия перевода кредита из другого банка в ПАО «Банк ВТБ».

Кроме того, в соответствии с ч. 3 ст. 6.1 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее — ФЗ «О потребительском кредите (займе)») расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) по кредитному договору, договору займа, которые заключены с физическим лицом в целях, не связанных с осуществлением им предпринимательской деятельности, и



обязательства заемщика по которым обеспечены ипотекой, наряду с платежами заемщика, для полной стоимости потребительского кредита (займа), выраженной в процентах годовых, и платежами заемщика, - для полной стоимости потребительского кредита (займа) в денежном выражении включается сумма страховой премии, выплачиваемой заемщиком по договору страхования предмета залога, обеспечивающего требования к заемщику по договору потребительского кредита (займа).

В связи с вышеизложенным, ФЗ «О потребительском кредите (займе)» относит страхование к существенным условиям предоставления кредита.

Следовательно, рассматриваемая реклама нарушает требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В силу пункта 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно части 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, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

При этом, как отмечено 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», в соответствии с частью 3 статьи 28 Закона 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.).

Наличие у потребителей рекламы потенциальной возможности получить необходимую информацию, обратившись к рекламодателю по телефону, приведенному в рекламе, не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности, предусмотренной ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе». Следовательно, у

потребителей рекламы отсутствовала возможность ознакомиться со всеми условиями, определяющими полную стоимость кредита (займа), предоставляемого ПАО «Банк ВТБ».

В рассматриваемой рекламе «...кредит на сумму 721 000 руб... кредит наличными на сумму 721 000 руб. по ставке 10,9%...» отсутствуют информация о иных условиях, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее — сведения о размере процентной ставки в период «охлаждения», сроке и порядке предоставления кредита без учета суммы страховой премии, об обязательности страхования кредита, дополнительных расходах, 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.), что является нарушением требований пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, направленные на номер телефона заявителя смс-сообщения нарушают требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 6 и 8 ст. 38 Федерального Закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 Федерального Закона «О рекламе» несет рекламодатель (в соответствии с п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе» - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо) и рекламопроизводитель (лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму — п. 6 ст. 3 ФЗ «О рекламе»), в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине

Рекламодателем, рекламопроизводителем переданных рекламных смс-сообщений является Публичное акционерное общество «Банк ВТБ», что подтверждается письменными пояснениями ПАО «Банк ВТБ», договором № 6064 от 21.08.2019 между ПАО «Банк ВТБ 24» и ПАО «Мобильные ТелеСистемы».

Руководствуясь статьями 33, 36 ФЗ «О рекламе», пунктами 33, 37 – 45, 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508), Комиссия Архангельского УФАС России,

**РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу «Федор Сергеевич! У Вас есть кредит в другом банке? Переведите его в ВТБ и платите меньше! Для Вас одобрен кредит на сумму 721 000 руб. Нужен только паспорт <...> Подробнее по тел. 88001002424. Банк ВТБ (ПАО)» и «Федор Сергеевич! Напоминаем. До 31.03.2019 Вам одобрен кредит наличными на сумму 721 000 руб. по ставке 10,9%. Получение по паспорту в день обращения. Подробнее - по тел. 88001002424. Банк ВТБ (ПАО)», распространенную посредством направления смс-сообщений на абонентский номер заявителя, ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

2. Признать ПАО « Банк ВТБ» рекламодателем и рекламопроизводителем, нарушившим требования ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ПАО «Банк ВТБ» не выдавать, поскольку Банк прекратил обработку персональных данных Клиента в целях информирования его о продуктах и услугах Банка.

4. Передать материалы настоящего дела уполномоченному должностному лицу Архангельского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 6 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частями 1, 2 ст. 37 ФЗ «О рекламе» решение, предписание антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Подача заявления о признании недействительным решения, предписания антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, предписания, если судом или арбитражным судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения, предписания.

**Председатель  
Комиссии:**

**Ю.Г. Цакулов**

**Члены Комиссии:**

**Н.М. Шестакова**

