

ответчик: ВТБ 24 (ПАО)

ул. Мясницкая, д. 35,

г. Москва, 101000

заинтересованное лицо:

ПАО «ВЫМПЕЛКОМ»

ул. Восьмого Марта, д.10, стр. 14,

г. Москва, 127083

заявитель: <...>

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/70-15

«16» ноября 2015 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Стрельников Д.Ю. — заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);

Члены Комиссии: Горбанева В.В. — главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

Жуков А.А. — государственный инспектор отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/70-15, возбужденное по факту поступления

06.10.2015 в 16:02 на абонентский номер <...> (отправитель: ВТБ24) с рекламой следующего содержания: «Уважаемый<...>, для Вас есть персональное предложение от банка ВТБ24 (ПАО) – кредит наличными на сумму 453000 руб. на специальных условиях. В ближайшие дни Вы получите письмо по почте. Подробности по бесплатному тел. 88001002424 или на vtb24.ru», с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), в присутствии представителей: лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ВТБ 24 (ПАО) (место нахождения: 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 35<...> и <...>,

в отсутствие представителей заинтересованного лица - ПАО «ВЫМПЕЛКОМ» (место нахождения: 127083, г. Москва, ул. Восьмого Марта, д. 10, стр. 14) и заявителя, надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела,

#### УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение <...> о направлении 06.10.2015 в 16:02 на абонентский номер заявителя <...> СМС-сообщения (отправитель: ВТБ24) с рекламой следующего содержания: «Уважаемый <...>, для Вас есть персональное предложение от банка ВТБ24 (ПАО) – кредит наличными на сумму 453000 руб. на специальных условиях. В ближайшие дни Вы получите письмо по почте. Подробности по бесплатному тел. 88001002424 или на vtb24.ru», без предусмотренного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.

В ходе рассмотрения обращения установлены признаки нарушения части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении указанного СМС-сообщения, выразившиеся в умалчивании об всех остальных условиях, определяющих полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющих на нее, 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.

В соответствии с позицией ПАО «ВЫМПЕЛКОМ» рассматриваемое СМС-сообщение распространялось ВТБ 24 (ПАО) на основании Договора об оказании услуг связи «Билайн» № 935/512062249 от 26.02.2014 г., заключенного между ВТБ 24 (ПАО) и ПАО «ВЫМПЕЛКОМ». Согласно Договору об оказании услуг связи «Билайн» № 935/512062249 от 26.02.2014 г. ВТБ 24 (ПАО) использует ресурсы программно-аппаратного комплекса ПАО «ВЫМПЕЛКОМ» для формирования и рассылки коротких текстовых сообщений.

В соответствии с объяснениями ВТБ 24 (ПАО) рассматриваемое СМС-сообщение имеет персонализированный характер и не является рекламой.

Согласно объяснениям ВТБ 24 (ПАО), 07.11.2014 между ВТБ 24 (ПАО) и <...> был заключен кредитный договор. До заключения кредитного договора <...> в анкете-заявлении на получение кредита выразил свое согласие на осуществление ВТБ 24 (ПАО) обработки персональных данных, указанных в анкете-заявлении, а также полученных ВТБ 24 (ПАО) в течение срока действия кредитного договора в целях получения кредита, а также информирование о продуктах и услугах ВТБ 24 (ПАО). Указанное СМС-сообщение было ошибочно направлено заявителю, так как 19.09.2015 <...> предоставил в ВТБ 24 (ПАО) заявление о прекращении направления сообщений, содержащих информацию о продуктах и услугах ВТБ 24 (ПАО).

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона 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.

Согласно письму ФАС России от 25.06.2013 № АК/24455/13, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному списку. Информация, указанная в рассматриваемом СМС-сообщении, содержит сведения об услугах ВТБ 24 (ПАО) обобщенного характера. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на упоминание имени и отчества абонента, представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

Рассылка смс-сообщений по каналам телефонной связи не может быть произведена иначе как на конкретный абонентский номер <...> что позволяет говорить об адресном характере отправлений. Однако, специфика связи с абонентами, сама по себе не может являться основанием для признания информации, содержащейся в СМС-сообщениях, как предназначенной исключительно для конкретного абонента.

В соответствии с частью 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 рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено.

Согласно пункту 1 статьи 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.

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

В соответствии с пунктом 15 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда

Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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 рекламодателем.

Таким образом, согласие абонента на получение рекламы должно, во-первых, относиться к конкретному рекламодателю либо рекламодателем, во-вторых, должно быть выражено явно.

19.09.2015 г. <...> предоставил в ВТБ 24 (ПАО) заявление о прекращении направления сообщений, содержащих информацию о продуктах и услугах ВТБ 24 (ПАО).

Учитывая изложенное, ВТБ 24 (ПАО) был обязан прекратить рассылку рекламных СМС-сообщений на абонентский номер <...>.

Таким образом, рассматриваемая СМС-реклама была направлена без предусмотренного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе согласия абонента.

Использование в рассматриваемой рекламе фраз «*кредит наличными на сумму 453000 руб. на специальных условиях*» указывает на возможность получения кредита, содержит существенные условия его предоставления, влияющие на стоимость и создает впечатление, что какие-либо иные условия, влияющие на фактическую стоимость кредита, отсутствуют.

Согласно выписки из распоряжения № 2108 от 18.10.2010 Первого Заместителя Президента - Председателя Правления, Приложению № 2 и Приложению № 3 к Распоряжению от 18.10.2010 № 2108:

1) сумма кредита в рамках Программ PACL, TopUp для клиентов Зарплатной программы от 100 000 до 5 000 000 рублей;

2) срок кредита:

- от 6 до 60 месяцев;

- для кредита в рамках Программ PACL, TopUp для клиентов Зарплатной программы – от 12 до 84 месяцев;

3) процентная ставка по кредиту в рамках Программ PACL, TopU:

- в сегменте Открытый рынок, корпоративная программа, Зарплатная программа с доходом менее 40 тыс. руб. – от 17% до 28%;

- зарплатная программа с доходом более 40 тыс. руб. и сегмент держателей депозитов – от 16,5% до 28%.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе были указаны только привлекательные условия предлагаемой финансовой услуги, а именно -

возможная сумма по кредиту, вместе с тем иные условия, которые позволили бы потребителю в полной мере оценить приемлемость условий предлагаемой услуги в рекламе указаны не были.

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 том числе, относится 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.

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.

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.

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

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

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 1 статьи 18 Федерального закона

от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

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

3. Выдать ВТБ 24 (ПАО) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «30» ноября 2015 г.

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

Председатель Комиссии

Д.Ю. Стрельников

В.В. Горбанева

Члены Комиссии

А.А. Жуков

А.А. Жуков

(499) 500-15-37

ВТБ 24 (ПАО)

ул. Мясницкая, д. 35,

г. Москва, 101000

## **ПРЕДПИСАНИЕ**

**О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

«30» ноября 2015 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Стрельников Д.Ю. — заместитель руководителя  
Управления;  
Горбанева В.В. — главный специалист-эксперт  
отдела контроля за рекламной деятельностью  
Управления;

Члены Комиссии: Жукков А.А. — государственный инспектор отдела



контроля за рекламной деятельностью  
Управления,

на основании своего Решения от 16 ноября 2015 г. по делу № 08-21/70-15 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: *«Уважаемый<...>, для Вас есть персональное предложение от банка ВТБ24 (ПАО) – кредит наличными на сумму 453000 руб. на специальных условиях. В ближайшие дни Вы получите письмо по почте. Подробности по бесплатному тел. 88001002424 или на vtb24.ru»,* поступившей 06.10.2015 в 16:02 на абонентский номер <...>, в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, части 1 и части 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктов 44 и 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

#### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ВТБ 24 (ПАО) (место нахождения: 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 35) в двухнедельный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно:

1.1 включить в рассматриваемую рекламу все условия, определяющие полную стоимость кредита и влияющие на нее, либо прекратить распространение указанной рекламы;

1.2 прекратить распространение рекламных СМС-сообщений на абонентский номер <...> без предусмотренного частью 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» предварительного согласия абонента на получение рекламы.

2. Документальные подтверждения исполнения пункта 1 настоящего предписания в трехдневный срок после устранения нарушений представить в Московское областное УФАС России.

В случае невыполнения в установленный срок Предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Московское областное УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в течение трех месяцев в судебном порядке.

председатель комиссии

Стрельников

**Члены  
Комиссии**

В.В. Горбанева

А.А. Жуков

А.А. Жуков

(499) 500-15-37