

ответчики: ПАО «ВТБ24»

ул. Мясницкая, д. 35
г. Москва, 101000

ПАО «МТС»

ул. Марксистская, д. 4,
г. Москва, 109147

заявитель: <...>

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/11-16

«14» марта 2016 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: Жукова Е.А. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;
Гагиева М.М. — ведущий специалист - эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/11-16, возбужденное по факту направления 23.12.2015 в 15:03 (отправитель – ВТБ24; СМС-центр - +79168960390) на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> СМС-

сообщения с рекламой следующего содержания: *«Уважаемый <...>! Предлагаем Вам оформить кредит наличными ВТБ 24 (ПАО) по ставке от 17% на сумму до 3 млн. руб. Срок кредитования – до 60 мес. Без комиссий и поручителей. Подробнее на сайте www.vtb24.ru»,* с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18 и части 3 статьи 28 Закона Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы без предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы, а также в умалчивании об иных условиях, определяющих полную стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее,

в присутствии представителя:

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

- ПАО «ВТБ24» (место нахождения: 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 35), <...>;

- в отсутствие представителя ПАО «МТС» и заявителя <...>, надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение гр. <...> о направлении 23.12.2015 в 15:03 (отправитель – ВТБ24; СМС-центр - +79168960390) на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> СМС-сообщения с рекламой следующего содержания: *«Уважаемый <...>! Предлагаем Вам оформить кредит наличными ВТБ 24 (ПАО) по ставке от 17% на сумму до 3 млн. руб. Срок кредитования – до 60 мес. Без комиссий и поручителей. Подробнее на сайте www.vtb24.ru», 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 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении указанного СМС-сообщения, выразившиеся в умалчивании об иных условиях, определяющих полную стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

Из объяснений ПАО «Мобильные ТелеСистемы» следует, что СМС-сообщение с рассматриваемой рекламой поступило на абонентский номер <...> с сервисного номера, выделенного ПАО «ВТБ24» в рамках договора от 21.08.2015 № 6064 об оказании услуг связи. Согласие <...> на получение рекламы было получено ПАО «МТС» при заключении договора от 31.01.2013 об оказании услуг подвижной связи МТС.

Согласно позиции ПАО «ВТБ24» в рассматриваемой рекламе указаны все существенные условия, влияющие на полную стоимость кредита. Кроме того, согласие на обработку персональных данных, а также на получение информации об услугах банка было выражено <...> при подаче в банк анкеты-заявления на ипотечный кредит.

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 Банка «ВТБ24» обобщенного характера и является рекламой.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к кредиту, предоставляемому Банком «ВТБ24» (*«Предлагаем Вам оформить кредит наличными»*), содержит существенные условия предоставления кредита, влияющие на его стоимость (*«по ставке от 17% на сумму до 3 млн. руб. Срок кредитования – до 60 мес. Без комиссий и поручителей.»*) и создает впечатление, что кредит может быть получен на любую сумму до 3 млн. руб. и на любой срок в указанных пределах.

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 др.).

Условия предоставления кредита, указанного в рассматриваемой рекламе, утверждены Распоряжением от 18.10.2010 г. № 2108 «О введении в действие условий предоставления банковских продуктов группы «0401 Потребительское кредитование» в филиалах Банка и дополнительных офисах Банка в г. Москве и Московской области и внесении изменений в Распоряжение от 21.09.2010 № 1843» (далее – Распоряжение).

В соответствии с указанным Распоряжением:

1. Минимальная сумма кредита, выдаваемого Банком составляет 100 000 руб. Одобренная сумма кредита может составлять менее 100 000 руб. в случае подключения страховки.

2. Указанный в рекламе срок кредита (до 60 месяцев) является максимальным. Минимальный срок кредита составляет 6 месяцев.

3. Указанная в рекламе ставка 17% является минимально возможной. Вместе с тем, согласно Распоряжению ставка по кредиту может достигать 27%.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе были указаны только привлекательные условия оказания финансовой услуги. Вместе с тем условия, которые позволили бы потребителю правильно и в полном объеме оценить приемлемость условий получения необходимой ему услуги кредита, в рассматриваемой рекламе отсутствуют.

Законом о рекламе установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются (часть 1 статьи 5).

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 от 13.03.2006 № 38-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.

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

Согласно 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 рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Пунктом 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» определено, что 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 «Мобильные ТелеСистемы» <...> на основании договора об оказании услуг подвижной 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 рекламораспространителя.

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

На заседании Комиссии представитель ПАО «ВТБ24» пояснил, что согласие на обработку персональных данных и на получение информации об услугах Банка было выражено <...> при заполнении анкеты-заявления на ипотечный кредит. Предоставить указанную анкету-заявление не представляется возможным в связи с ее уничтожением.

Таким образом, у ПАО «ВТБ24» отсутствует подтверждение явно выраженного <...> согласия на получение рекламы.

Вместе с тем, в материалы дела ПАО «Мобильные ТелеСистемы» представлен договор от 31.01.2013 об оказании услуг подвижной связи МТС, в котором заявитель выразил согласие на получение рекламы.

Документы, подтверждающие выражение <...> отказа от получения рекламы, в ходе рассмотрения дела не представлены.

Учитывая изложенное, факт нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе не подтвердился.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 7 статьи 5 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 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ПАО «Мобильные ТелеСистемы» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ПАО «ВТБ24» 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 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «28» марта 2016 г.

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

Председатель Комиссии

Д.Ю. Стрельников

Члены Комиссии

Е.А. Жукова

М.М. Газиева