



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ
О НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА №066/05/28-1201/2021 К РАССМОТРЕНИЮ

06 апреля 2021 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев заявление физического лица (вх.№01-7378 от 15.03.2021) с жалобой на распространение 04.12.2020 в 09:19 и 18.12.2020 в 09:19 на абонентский номер <...> с короткого номера «900» рекламных смс-сообщений с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх.№01-7378 от 15.03.2021) с жалобой на распространение 04.12.2020 в 09:19 и 18.12.2020 в 09:19 на абонентский номер <...> с короткого номера «900» рекламных смс-сообщений без согласия на распространение рекламы, в которых не содержатся все условия, определяющие полную стоимость кредита, определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее, следующего содержания:

- 1) «Сергей Леонтьевич, получите до 300 000 р. уже сегодня, чтобы осуществить задуманное к праздникам! Рассмотрим заявку на кредит за 2 минуты, а деньги зачислим на карту или счёт. Узнайте решение онлайн www.sberbank.ru/sms/cl/ или у нас в офисе. Нужен только паспорт. Например, при сумме кредита 149 000 р. на 60 мес. под 17,9% годовых ежемесячный платёж – 3 776 р. ПАО Сбербанк»;
- 2) «Сергей Леонтьевич, до 300 000 р. в кредит, чтобы осуществить задуманное к праздникам! Рассмотрим заявку за 2 минуты, а деньги зачислим на карту или счёт. Решение онлайн www.sberbank.ru/sms/cl/ или у нас в офисе. Нужен только паспорт. Например, при сумме кредита 149 000 р. на 60 мес. под 17,9% годовых платёж – 3 776 р./мес. ПАО Сбербанк»;

9... ▼ ПОЗВОНИТЬ ОПЦ

пятница, 4 декабря 2020 г.

Сергей Леонтьевич,
получите до 300
000р. уже сегодня,
чтобы осуществить
задуманное к
праздникам!
Рассмотрим заявку
на кредит за 2
минуты, а деньги
зачислим на карту
или счёт. Узнайте
решение онлайн
[www.sberbank.ru/sms/
cl/](http://www.sberbank.ru/sms/cl/) или у нас в офисе.
Нужен только паспорт.
Например, при сумме
кредита 149 000р.
на 60 мес. под 17.9%
годовых ежемесячный
платёж – 3 776р. ПАО
Сбербанк

2 9:19

9... ▼ ПОЗВОНИТЬ ОП

пятница, 18 декабря 2020 г.

Сергей Леонтьевич,
до 300 000р. в кредит,
чтобы осуществить
задуманное к
праздникам!
Рассмотрим заявку
за 2 минуты, а деньги
зачислим на карту или
счёт. Решение онлайн
[www.sberbank.ru/
sms/cl/](http://www.sberbank.ru/sms/cl/) или у нас в
офисе. Нужен только
паспорт. Например,
при сумме кредита 149
000р. на 60 мес. под
17.9% годовых платёж
– 3 776р./мес. ПАО
Сбербанк

2 9:19

Под информацией в ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее - Закон об информации) понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п.1), а под распространением информации - действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9).

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Закона об информации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) понимается 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 (п. 1); под **объектом 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 (п.2); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Согласно ст.4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»:

- товар - объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.1);

- финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц (п.2).

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к рекламной информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,

- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),

- характеристика, описание лица, его деятельности,

- информация о производимых или реализуемых товарах.

В спорной информации сообщено наименование хозяйствующего субъекта (ПАО «Сбербанк»), приведено описание оказываемой им финансовой услуги – предоставление кредита, следовательно, данная информация является рекламой, на которую распространяются требования Закона о рекламе.

Согласно ч. 1 ст. 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.

В Письме ФАС России от 04.06.2013 №АК/21587/13 «О порядке применения части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» разъяснено, что в соответствии с [частью 1 статьи 18](#) Закона о рекламе признаки нарушения законодательства о рекламе содержатся в каждом действии по распространению рекламы по сетям электросвязи без предварительного согласия абонента. При этом *местом и временем совершения правонарушения является место и время получения каждым конкретным абонентом данной рекламы*, в том числе, в случае если реклама имеет идентичное содержание.

Факт поступления 04.12.2020 в 09:19 и 18.12.2020 в 09:19 на абонентский номер <...> с короткого номера «900» спорных смс-сообщений подтверждается детализацией услуг связи по абонентскому номеру <...> за указанный период, представленной заявителем.

Кроме того, по своему содержанию информация, доведенная до заявителя посредством смс-сообщений, адресована неопределенному кругу лиц. 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 (Письмо ФАС РФ от 05.04.2007 № АЦ/4624).

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным абонентам. В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный абонентский номер, предполагается диспозицией **части 1 статьи 18** Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер смс-сообщения.

При этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В случае направления посредством смс-сообщения информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о самом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может признаваться рекламой, если она носит обобщенный характер, **способна формировать интерес к данному объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила такая информация, но и у иного лица.**

ФАС России в письме от 25.06.2013 №АК/24455/13 разъяснила, что **обобщенная информация не носит персонализированного характера, даже в случае упоминания имени и отчества абонента, представляет интерес для неопределенного круга лиц и является рекламой.**

Несмотря на то, что в распространенной информации имя и отчество абонента указаны, сведения о рекламируемой финансовой услуге **носят обобщенный характер**, направлены на формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования – кредиту ПАО «Сбербанк», **представляет интерес для неопределенного круга лиц**, в связи с чем является рекламой.

Кроме того, заявитель представил ответ ПАО «Сбербанк» от 18.12.2020 на его обращение №201217-0506-902000 от 17.12.2020, согласно которому предложение о получении кредита направляется клиентам банка **в рамках рекламной акции.**

Заявитель – абонент номера <...> - указал, что согласие на получение рекламы с номера «900» не давал, желает получать исключительно информацию, касающуюся финансового сопровождения открытых им в ПАО «Сбербанк» счетов, не связанную с рекламой, в которой он не нуждается вообще.

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 (п.2 ч.2 ст.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 (ч.3 ст.28 Закона о рекламе).

Часть 3 ст.28 Закона о рекламе содержит норму, которая аналогична положению п.2 ч.2 ст.28 Закона о рекламе, но носит специальный характер и относится к финансовой сделке - кредиту. 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 (**ст. 819** ГК РФ).

В п.25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что 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.).

Вместе с тем рекламодатель не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, которые понесет заемщик, воспользовавшись рекламируемой банковской услугой. Достаточно перечисления таких расходов.

В то же время к информации, определяющей фактическую стоимость кредита, не может быть отнесена информация о неблагоприятных последствиях нарушения договора на оказание финансовых услуг, которые может понести заемщик при неисполнении обязательства, поскольку указанные последствия не могут быть определены рекламодателем до возникновения факта нарушения соответствующих условий договора.

ФАС России в письме от 31.07.2014 №АД/30890/14 «О рекламе финансовых услуг» разъяснила, что порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен **статьей 6** Федерального закона от 21.12.2013 №353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее - Закон о потребительском кредите).

При этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены **статьей 5** Закона о потребительском кредите.

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 рекламе предлагается взять кредит в ПАО «Сбербанк» «до 300 000 р.», при этом расчет ежемесячного платежа с указанием процентной ставки (17,9%) и срока кредитования (60 мес.) указан для суммы «149 000 р.» (из текста рекламы не следует, что к иной сумме потребительского кредита (не 149 000 р.) применяются та же процентная ставка и срок кредитования; по активной гиперссылке предлагается узнать не условия кредитования, а решение по заявке; сведения о наличии либо отсутствии иных условий, влияющих на фактическую стоимость кредита для заемщика (платежи, комиссии, страхование и т.д.), в рекламе также отсутствуют).

Заявитель указал, что формулировка рекламных смс-сообщений не позволила ему достоверно установить полную информацию об условиях рекламируемого кредита, в связи с чем, 07.12.2020 он обратился в ПАО «Сбербанк» с письменным требованием выдать на руки данную информацию. Заявитель полагает, что ПАО «Сбербанк» преднамеренно вводит в заблуждение потребителей в отношении существенных условий кредитования, которые являются закрытыми.

Согласно ч.7 ст.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.

Заявитель требует признать спорную рекламу публичной офертой, не подлежащей отзыву.

Согласно ст.11 Закона о рекламе если в соответствии с ГК РФ реклама признается офертой, такая оферта действует в течение двух месяцев со дня распространения рекламы при условии, что в ней не указан иной срок.

Согласно п.1 ст.437 ГК РФ реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются как приглашение делать оферты, если иное прямо не указано в предложении.

Предложение заключить договор, адресованное неопределенному кругу лиц, из которого не вытекает, что отправитель намерен заключить договор с любым, кто получит такое предложение, например реклама товара, не признается офертой ([пункт 1 статьи 437 ГК РФ](#)) ([п. 8 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 25.12.2018 №49](#)).

Согласно п.2 ст.437 ГК РФ *содержащее все существенные условия договора предложение*, из которого усматривается воля лица, делающего предложение, заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется, *признается офертой* (публичная оферта).

В спорной рекламе усматриваются признаки нарушения, в частности, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, связанного с *отсутствием* всех условий, определяющих полную стоимость кредита и влияющих на нее.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.1 ст.18 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение ч.7 ст.5, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе несет рекламодатель (ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 3 ст. 3 Закона о рекламе).

Предполагаемым рекламодателем и рекламодателем является ПАО «Сбербанк».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №066/05/28-1201/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: физическое лицо;

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: ПАО «Сбербанк» (117312, г. Москва, ул. Вавилова, 19, ОГРН: 1027700132195, дата присвоения ОГРН: 16.08.2002, ИНН: 7707083893, КПП: 773601001).

4. Назначить дело к рассмотрению на **04 мая 2021 г. в 16 час. 00 мин.** по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314) путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/2626968353>

5. ПАО «Сбербанк» на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 27 апреля 2021 г.** следующие документы и сведения:

1) копии учредительных документов, свидетельства о государственной регистрации в качестве юридического лица, свидетельства о постановке на налоговый учет;

2) сведения о количестве распространенных смс, содержащих аналогичную рекламу (с приложением подтверждающих документов);

3) копии документов, отражающих условия, **определяющие** полную стоимость кредита, обозначенного в смс-сообщениях, определяемую в соответствии с Федеральным **законом** «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и **влияющие** на нее;

4) копии документов, подтверждающих получение согласия абонента <...> на распространение рекламы с короткого номера «900» (при наличии);

5) копию договора с оператором подвижной радиотелефонной связи (оператор связи заявителя - ООО «Екатеринбург-2000») на оказание услуг заказчику рассылки, в рамках которого были распространены спорные смс-сообщения со всеми имеющимися приложениями;

б) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства.

Явка лиц, участвующих в деле, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей (ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях).

Управление рекомендует представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов путем их направления по адресу электронной почты, указанной в расписке, с подтверждением того, что такой способ получения процессуальных документов будет являться надлежащим уведомлением (расписка должна быть заполнена физическим, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).

Председатель Комиссии

<...>