



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

**УПРАВЛЕНИЕ
Федеральной антимонопольной службы
по Свердловской области**

ул. Московская, 11, г. Екатеринбург, 620014
тел. (343) 377-00-83, факс (343) 377-00-84
e-mail: to66@fas.gov.ru

<...>

ПАО «Сбербанк»

ул. Вавилова, 19,
г. Москва, 117312

<...>

№ _____

На № _____ от _____

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №066/05/28-1201/2021

«30» июня 2021 г.

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе (Приказ Свердловского УФАС России от 23.08.2017 №283, в ред. Приказа от 17.09.2020 №348):

председатель Комиссии

<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии

<...> – начальник отдела контроля органов власти,

<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти,

рассмотрев дело №066/05/28-1201/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения 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),

в присутствии представителей:

- заявителя – <...> (личная явка);

- лица, 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, далее также - Банк) – <...> (доверенность №3-ДГ/139 от 25.10.2018), <...> (доверенность №896-Д от 13.11.2018),

- заинтересованного лица - Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Свердловской области (ИНН: 6670083677, пер. Отдельный, 3, г. Екатеринбург, 620078) – уведомлено, участие не обеспечено,

УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/28-1201/2021 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 06.04.2021 по итогам рассмотрения заявления <...>, и назначено к рассмотрению на 04.05.2021 в 16-00. В связи с Указом Президента Российской Федерации от 23.04.2021 №242 «Об установлении на территории Российской Федерации нерабочих дней в мае 2021 г.» рассмотрение дела №066/05/28-1201/2021 перенесено на 04.06.2021 в 14-00, о чем лица, участвующие в деле извещались информационным письмом (исх.№8280 от 26.04.2021). Определением от 04.06.2021 (исх.№11500, 11499, 11498 от 08.06.2021) рассмотрение дела отложено

на 25.06.2021 в 10-00 в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств, а также для привлечения к участию в деле Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Свердловской области. На основании п.37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 №1922 (далее – Правила №1922) 25.06.2021 в рассмотрении дела объявлен перерыв до 30.06.2021 в 13-00.

<...> в заявлении, направленном в Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области (вх.№01-7378 от 15.03.2021) указал на распространение 04.12.2020 в 09:19 и 18.12.2020 в 09:19 на его абонентский номер <...> с короткого номера «900» рекламных смс-сообщений без согласия на распространение рекламы, в которых, по мнению заявителя, 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».

Заявитель указал, что **07.12.2020 по факту получения данного предложения, он обратился в банк с заявлением о предоставлении ему полной достоверной информации о кредите.**

18.12.2020 в пятницу 9:19, на номер тел. <...> заявителя поступила информация, дублирующая в автоматическом режиме публичную оферту о кредите от 04.12.2020 с интервалом 2 недели.

С учетом истечения разумного срока на предоставление ответа по существу обращения № 2012070510944500 от 07.12.2020, заявитель обратился в банк с обоснованной претензией № 2012180611482300 от 18.12.2020 об устранении недостатков работы банка.

21.12.2020 он обратился в головное отделение Сбербанка России в Екатеринбурге, где получил отрицательные устные ответы должностных лиц отделения № 7003/0897 по существу дела.

Таким образом, указал заявитель, по состоянию на 28.12.2020, **все его обращения оставлены банком без ответа**, что позволило ему обратиться жалобой в вышестоящую инстанцию – ЦБ РФ.

Письмом (исх.№С59-8-11/1682 от 20.01.2021, вх.№01-2131 от 29.01.2021) Управление службы по защите прав потребителей финансовых услуг и миноритарных акционеров в Уральском федеральном округе ЦБ РФ направило копию жалобы <...> в Свердловское УФАС России для рассмотрения в рамках компетенции. Первоначальное заявление <...> было оставлено антимонопольным органом без рассмотрения (исх.№2331 от 08.02.2021).

Устранив препятствия, послужившие основанием к оставлению заявления без рассмотрения, 15.03.2021 (вх.№01-7378) <...> направил в Свердловское УФАС России повторное заявление, послужившее поводом к возбуждению данного дела.

<...> в дополнительных письменных пояснениях (вх.№01-15667 от 28.05.2021) указал следующее: «14.05.2021 я ознакомился с материалами, представленными в дело ПАО «Сбербанк», обязанным доказать отсутствие нарушений законодательства о рекламе, свободе договора, действующим в рамках определения Свердловского УФАС России от 06.04.2021 (л.д. 24) через доверенных представителей банка <...> и <...> (л.д. 28, 42, 89) с учетом сопроводительной записки от 20.01.2021 № С-59-8-11/1682 (л.д.9) за подписью зам. начальника управления службы по защите прав потребителей ЦБ РФ <...>, однозначно признающего наличие в деле сведений о нарушении законодательства о рекламе, которые подробно изложены в моей первоначальной Жалобе от 28.12.2020 (рег. №ОТ5-171) (л.д. 1-8) с последующим уточнением заявленной мной позиции и устно, и письменно - см. Заявление (о проверке законности деятельности банка) от 15.03.2021 вх. №

01-7378 (л.д. 12 - 18), Ходатайство (о согласии в относимой части) от 16.04.2021 вх. № 01-11252 (л.д. 38) и Пояснения от 30.04.2021 вх. №01-12930 (л.д. 117- 118).

Данное ознакомление было предоставлено мне на основании моего ходатайства от 19.04.2021 вх. №01-11426 (л.д. 39) с возможностью фотокопирования отдельных листов дела № 066/05/28-1201/2021, не содержащих сведений конфиденциального характера, поскольку имеющие значение обстоятельства, указываемые банком (без их раскрытия) приложениями 1, 2, 3 к объяснениям от 29.04.2021, - не были предоставлены мне для ознакомления в результате удовлетворения ходатайств банка от 22.04.2021 и 23.04.2021 (л.д. 40, 43, 44), заявленных поверенными должностными лицами банка не иначе как с целью уклонения от ответственности, предусмотренной частью 7 ст. 5, частью 1 ст. 18, частью 3 ст. 28 Закона о рекламе (л.д. 19), а также иными нормоположениями о рекламе и о свободе договора. При этом договор мог бы быть заключен лишь при условии присоединения лица к действующим формулярам в целом без учета безотзывности публичной оферты, направленной конкретному гражданину. Более того, свойства оферты намеренно были смешаны банком с признаками недобросовестной и (или) недостоверной рекламы, прикрытой необоснованным предложением делать оферты **гражданами, не имеющими реальной возможности иметь полную достоверную информацию обо всех существенных условиях кредитования до подписания кредитного договора, разработанного банком, что указывает на злоупотребление правом и недобросовестное поведение должностных лиц в обход императивных требований, предусмотренных статьями 10 и 437, 428 ГК РФ.**

Анализ позиции банка, представленной главным юрисконсультантом <...> в объяснительной записке от 29.04.2021 вх. №01-12814 (документ без наименования, исх. №СР-Case-4462605) со ссылкой на не относящиеся к делу конфиденциальные положения обязательственного характера с третьими лицами, а также на внутренние, локальные акты банка, содержащие незаконно не предоставленную существенную информацию по делу, - выявляет несостоятельность доводов и мотивов поднадзорной кредитной организации по всем ключевым обстоятельствам, что влечет признание деятельности ПАО «Сбербанк» незаконной в указанной части с наложением на нарушителя административного и (или) дисциплинарного взыскания и **обязанием предоставить мне всю законно затребованную мной информацию об условиях кредитования** по договору присоединения на основании публичной оферты банка с признаками рекламы, исходящей из кредитной организации.

Данный вывод очевидно следует из правильного применения общеизвестных правил (норм) и общедозволительного, и разрешительного характера, общепризнанных правовых принципов, основных начал и руководящих идей российского права, методов, способов и приемов юридической техники с учетом подлежащих применению доказательственных презумпций при квалификации составов в соответствии с законами классической логики, включая правило исключенного третьего, а также признание истинным обстоятельством доказанное от противного, в том числе - прямо признанное оппонировавшей стороной.

Обращаю внимание, что систематическая непоследовательность и явная порочность позиции кредитной организации прямо указаны в соответствующих материалах по делу, которыми не подтверждено ни одно из обязательных действий по предмету спора в части **обязанности банка своевременно предоставить мне полную и достоверную информацию обо всех существенных условиях кредитования, представленных банком только в орган антимонопольного надзора и не иначе как в результате моих действий, не получивших никакой положительной оценки и разрешения в банковской системе.** При этом, в обход п. 5 резолютивной части определения Свердловского УФАС России от 06.04.2021, сведения об общем количестве распространенных сообщений, содержащих спорную рекламу, и об условиях, определяющих полную стоимость кредита, указанного в sms-сообщениях по факту распространения рекламы с признаками нарушения законодательства о рекламе, - не были представлены ни в антимонопольную службу, ни в орган банковского надзора.

Свою правовую позицию обосновываю, в том числе, следующими обстоятельствами.

- По факту получения объяснений из ПАО «Сбербанк» на основании соответствующего запроса, орган банковского надзора **ЦБ РФ указал, что предложения о получении кредита не содержат обязательств банка по его предоставлению, поскольку являются не иначе как рекламной акцией** и тем самым не могут повлечь ответственность в части последствий из

публично-правовых деликтов в порядке статей 437 и 428 ГК РФ (см. Ответ Центробанка от 10.02.2021 №59-3-1-ОГ/4151). Данная позиция Банка России, несомненно, известна и антимонопольной службе, и должностным лицам поднадзорных кредитных организаций, тем более, что по отношению к Центробанку ПАО «Сбербанк» является как нижестоящим, так и административно подчиненным юридическим лицом, обязанным руководствоваться действиями и исполнять все обоснованные распоряжения вышестоящей инстанции.

- Главный юрисконсульт <...>, представляющий интересы Уральского филиала ПАО «Сбербанк» по доверенности З-ДГ/142 от 25.10.2018, показал: спорные sms-сообщения от 04.12.2020 и 18.12.2020 были направлены конкретному лицу, а именно мне лично на основании имеющейся в банке информации, исходящей не иначе как от оператора связи, ответственного за распространение рекламы, порядок получения согласия на которую законодательно не урегулирован, а также в связи с тем, что **между банком и клиентом (заявителем) с 29.08.2018 действует договор банковского обслуживания по заявлению за моей подписью, которым, якобы, выражается согласие с условиями банка по состоянию на 29.08.2018, и со ссылкой на приложение 4 «Условия банковского обслуживания», размещенные на официальном сайте банка. При этом, по не зависящим от меня причинам, в архиве банка текст договора на бумажном носителе не найден, либо отсутствует изначально. По общему правилу, данный довод банка о договоре не доказан.**

- Мотивируя объяснения (л.д. 48 - 50), <...> указывает на существование ряда существенных условий кредитования, разработанных банком и представленных в антимонопольный орган приложениями 4, 5, 6 (л.д. 51 -73), но не предоставленных мне в целях получения объявленного кредита. Следовательно, **данные существенные условия должны быть включены в проект кредитного договора, который и был затребован мной 07.12.2020, но не был предоставлен ни в электронной форме, ни на бумажном носителе, что доказывает нарушение банком требований, предъявляемых законом к достоверной и добросовестной рекламе, а также к публичной оферте, действующей в течение 2 месяцев.**

- Ссылаясь на нормы права и правила русского языка, главный юрист подчеркивает и особо выделяет, что направленные клиенту sms -сообщения *являлись персональными предложениями по потребителскому кредиту, не преследовали рекламных целей и не являлись рекламой* (л.д. 48,49). Якобы именно поэтому данное предложение (оферта) банка, по мнению <...>, не может повлечь ответственность в рамках Закона о рекламе. При этом налицо явное противоречие в позиции ответственных должностных лиц банка, поскольку **ни в рамках признаваемой банком публичной оферты, не подлежащей отзыву, ни в рамках рекламной акции, не содержащей всех существенных условий о кредите, - я не получил ни одного законно затребованного мной документа об условиях кредита, что не позволило мне получить кредит именно в то время, когда мне был нужен кредит.**

- Вопреки ошибочным суждениям главного юрисконсульта банка, предметами моих обращений непосредственно в кредитную организацию и орган банковского надзора, а также прокуратуру и антимонопольный орган, выступают, в первую очередь, **требования об обязанности банка предоставить мне полную и достоверную информацию в виде проекта кредитного договора определенного вида, являющегося по правовой природе не иначе как договором присоединения ко всем условиям сильной стороны частных отношений, и только во вторую очередь, и не иначе как по факту злостного уклонения банка от своих обязанностей, - производные требования о привлечении нарушителя к ответственности, что является логическим разрешением спора, возникшего по вине кредитной организации, незаконные действия которой фактически покрываются органом банковского надзора, выступающим одновременно соучредителем именно данной поднадзорной организации.**

- Применяя хорошо известный, но явно недопустимый в деле, чрезмерно формальный подход в части необоснованного возложения своей ответственности на стороннее лицо - оператора связи МОТИВ, главный юрист банка признает, однако, что содержание текста электронных сообщений, рассылаемых банком неограниченному кругу в автоматическом режиме (что не опровергается ни одним допустимым доказательством, но подтверждается указанием на некий «стоп-лист», обеспечивающий автоматический учет клиентов банка), определялось не иначе как профильным подразделением банка. Тем самым показано, что именно ПАО «Сбербанк» является в

деле единственным услугодателем по предоставлению кредита, а также единственным рекламодателем/-производителем/-распространителем.

- **Вне зависимости от какого-либо согласия (несогласия) гражданина получать те или иные сообщения рекламного характера, равно как и вне зависимости от способа рассылки тех или иных предложений, любое подобное sms-сообщение, исходящее от услугодателя и содержащее хотя бы одно существенное условие, - должно включать раскрытие и всех остальных существенных условий такого предложения с признаками публичной оферты, смешанными с признаками рекламы, поскольку обратное (то есть отказ в предоставлении полной и достоверной информации) означает не что иное, как недобросовестную и (или) недостоверную рекламу, что влечет ответственность для изготовителя/распространителя данного псевдорекламного предложения. Прекращение незаконных действий в будущем, о чем свидетельствует наличие в банке стоп-листа, не является основанием освобождения нарушителя от ответственности в силу закона, поскольку устанавливающие какую-либо ответственность императивные нормы не подлежат изменению соглашением сторон.**

Таким образом, исходя из целей и задач общего и специального законодательства РФ с учетом последствий из ст. 10,437,428 ГК РФ, ст. 11 Закона о рекламе в части устранения нарушений и причин им способствующих, в т.ч. путем предоставления мне информации, - ПАО Сбербанк (ИНН 7707083893 ОГРН 1027700132195), выступающий одновременно рекламодателем / рекламопроизводителем / рекламораспространителем и услугодателем, подлежит ответственности в порядке, предусмотренном частями 4-8 ст. 38 Закона о рекламе по факту систематического нарушения частей 1, 7 и 3 (п.18) статьи 5, частей 1 и 2 статьи 18, частей 3 и 2(п.2) статьи 28 данного Закона».

Таким образом, заявителем в дополнительных письменных пояснениях (вх.№01-15667 от 28.05.2021) указано на признаки нарушения не только ч.1 ст.18 Закона о рекламе, но и ч.2 ст.18 указанного Закона.

18.06.2021 (вх.№01-17888) <...> представил в материалы дела сведения **о начале обслуживания в ПАО «Сбербанк»:** копию Договора сберегательного счета №40817.810.8.1654.2634793 от **02.11.2015**, полученную в Банке 15.06.2021 в ответ на его запрос от 10.06.2021.

При рассмотрении дела 25.06.2021 <...> указал, что спорная реклама является ненадлежащей в связи с отсутствием в ней сведений обо всех существенных условиях кредитования. Заявитель требует признать спорную рекламу **публичной офертой**, не подлежащей отзыву. Также заявитель приобщил к материалам дела копию ответа Службы по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг ЦБ РФ (исх.№59-3-1-ОГ/4151 от 10.02.2021).

При рассмотрении дела 30.06.2021 <...> сообщил, что выраженное им согласие на получение от Банка смс-рекламы при заключении 29.08.2018 договора банковского обслуживания, не имеет правовой силы (недействительно), поскольку вышеуказанный договор ничтожен на основании поданного им 28.06.2021 заявления в ПАО «Сбербанк» о недействительности договора сберегательного счета №40817.810.7.1654.6893261 в части условий о начале банковского обслуживания, заключенного по форме Банка 09.12.2020 в условиях порока воли и заблуждения относительно предмета сделки, на которое был получен ответ от ПАО «Сбербанк» от 29.06.2021.

Заявитель полагает также, что отсутствие в Банке его заявления на банковское обслуживание на бумажном носителе, как того требует п.1.2 Условий банковского обслуживания физических лиц ПАО «Сбербанк», свидетельствует о недопустимости представленных Банком доказательств наличия его согласия на смс-рекламу.

ПАО «Сбербанк» в письменных пояснениях (вх.№01-12814 от 29.04.2021) указал следующее.

Рассматриваемые смс-сообщения от 04.12.2020, 18.12.2020 были направлены в рамках договора №1842696 на оказание услуг по информационно-технологическому обеспечению рассылок в открытых телекоммуникационных сетях, заключенного между ПАО Сбербанк и ООО «Сбербанк-Телеком» (приложение №1). В соответствии с указанным договором, Исполнитель (Сбербанк-Телеком) предоставляет Заказчику (Банку) возможность для отправки сообщений клиентам путем предоставления WEB интерфейса и/или из CRM Siebel. Согласно п.3.9. договора, Заказчик (Банк) самостоятельно определяет содержание сообщений, формирует их текст,

определяет список Пользователей и их абонентских телефонных номеров. Сформированное таким образом сообщение передается Операторам мобильной связи. Оператор, получив сообщение, передает его в свой СМС- Центр, который доставляет сообщение на мобильный телефон получателя. Исполнитель (Сбербанк-Телеком), оказывая услуги по данному договору, не является рекламораспространителем (п. 6.5 Договора).

Также во исполнение п.5.5 Определения представлен **договор об оказании sms-услуг № 51-000234 от 01.11.2014, заключенный между Банком и ООО «Екатеринбург - 2000»** (приложение № 2).

Рассматриваемые смс-сообщения были направлены с номера «900» профильным подразделением Банка на номер телефона <...>. Согласно сведениям, содержащимся в базе данных Банка, телефонный номер <...> указан в качестве контактного номера клиента Банка - <...> (далее - Клиент, Заявитель). Содержание текста рассматриваемых смс-сообщений также определялось профильным подразделением Банка.

В отношении согласия Клиента на получение рекламных сообщений от Банка сообщаем следующее.

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.

При этом Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

В соответствии с разъяснениями п. 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Между <...> и Банком с 29.08.2018 года действует договор банковского обслуживания. Данный договор заключен на основании заявления на банковское обслуживание, подписанного <...>, в котором он подтвердил:

- согласие с «Условиями банковского обслуживания физических лиц Сбербанком России ОАО» (далее - Условия) (приложение № 3);

- что уведомлен о размещении Условий на сайте Банка и/или в подразделениях Банка.

Заявление на банковское обслуживание, которое в совокупности с Условиями банковского обслуживания являются заключенным договором банковского обслуживания, **на бумажном носителе по клиенту <...> в автоматизированном архивном хранилище Банка не найдено.** На момент заключения с <...> договора (29.08.2018), в Банке действовали Условия банковского обслуживания, согласно которым «Клиент уполномочивает Банк:

- п.8.4.1, использовать персональные данные Клиента в целях направления Клиенту предложений Банка, **информационных и рекламных сообщений об услугах Банка**, сведений о проводимых операциях по Счетам Клиента **путем организации почтовых рассылок, рассылок SMS-сообщений, Push-уведомлений и рассылок по электронной почте** в адрес Клиента, а также в целях предоставления Клиенту сведений о проводимых операциях по Счетам; информации, связанной с исполнением ДБО, путем направления БМЗ-сообщений/РизЪ-уведомлений о совершении операции; Выписок/Справок по Счетам/операциям Клиента.

- п.8.4.13. обрабатывать ПДн, указанные в Заявлении Клиента и/или иных документах, предоставленных Банку **в связи с заключением ДБО**, включая любые изменения в отношении них, в целях и способами, указанными далее в настоящем подпункте. Цели обработки персональных данных: **предоставление Клиенту: индивидуальных предложений и рекламных материалов, включая целевые рекламные, информационные и индивидуальные предложения по продуктам и услугам Банка и/или Партнеров Банка, путем направления соответствующей информации через любой канал взаимодействия».**

Банк обращает внимание, что направленные Клиенту **смс-сообщения**:

1. «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 счет. Узнайте решение онлайн [www. sberbank. rwsm ч/сl](http://www.sberbank.rwsm) 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. «Сергей Леонтьевич, до 300 000р. в кредит, чтобы осуществить задуманное к праздникам! Рассмотрим заявку на кредит за 2 минуты, а деньги зачислим на карту или счет. Решение онлайн [www. sberbank. гь/sms/cl](http://www.sberbank.гь/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»» **являлись персональными предложениями по потребительскому кредиту.**

Согласно пункту 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.

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.

Как следует из письма Федеральной антимонопольной службы от 20.06.2018 № АД/45557/18, квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации.

Рассматриваемые сообщения не преследовали рекламных целей и не являлись рекламой, поскольку адресованы конкретному лицу, по определенному телефону, а также содержат особые условия по потребительскому кредиту, действительные для клиента Банка - <...>, информация об этом содержится в самих смс-сообщениях. Расчет предварительного лимита определяется исходя из объема данных, имеющихся в Банке по клиенту. Расчет предварительного лимита проводится профильным подразделением на основе анализа всей имеющейся информации о клиенте, в том числе его кредитная история в Банке, транзакционная активность, обороты по картам, остатки на счетах, зачисления и т.п. Такие предложения не могут формировать интерес других лиц к услугам Банка, не применимы для них и актуальны только для получателя персонального предложения, поскольку посчитаны на основе финансовой активности клиента. **То есть это не специальное предложение, адресованное кругу клиентов Банка, а индивидуально определённые параметры для одного клиента.**

Учитывая изложенное, действие норм Закона о рекламе на вышеуказанные правоотношения не распространяется.

Как было указано ранее, сообщения, содержащие персонально определенные для клиента предложения, формировались индивидуально и направлялись клиенту адресно. Возможность направления персонального предложения <...> иному лицу исключена. Следовательно, сообщения, адресованные <...>, другим клиентам не направлялись.

С учетом того, что Клиент обратился в УФАС с жалобой на сообщения, содержащие персональные предложения, что свидетельствует о его нежелании получать смс-сообщения с персональными предложениями Банка, **на текущий момент персональные предложения для Клиента не формируются и на указанный номер телефона также не направляются.**

В настоящее время по сведениям, полученным от профильного подразделения, номер телефона <...> был исключен Банком из списка оповещений рекламного и информационного характера, внесен в стоп-лист.

Относительно текста рассматриваемых сообщений.

В соответствии с 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.

Понятие существенной информации в Законе о рекламе не содержится. Вместе с тем из содержания вышеприведенной правовой нормы следует, что реклама должна содержать не все сведения о конкретном рекламном продукте, а лишь его существенные составляющие,

предусмотренные законодательством. При этом, исходя из данной нормы, реклама должна формировать у потребителя рекламы правильное (достоверное) представление о соответствующем товаре.

Из текстов смс-сообщений следует, что для <...> действовало предложение по кредиту на сумму до 300 тыс. рублей под 17,9% годовых на 60 месяцев. Формулировка «например, сумма 149 тыс. рублей» была использована для наглядного пояснения Клиенту доступного предложения от Банка. Согласно дефиниции термина, приведенной в Толковом словаре Ожегова, *например* употребляется как вводное слово при перечислении или при прояснении предшествующих слов в предложении, а также для иллюстрации предшествующего изложения. Таким образом, **параметры процентной ставки 17,9 % годовых и срока кредита 60 месяцев равнозначно относились и к сумме «149 тыс. рублей», и к сумме «до 300 тыс. рублей».**

При подаче заявки на кредит в зависимости от своей потребности Клиент указывает в заявке желаемую сумму в пределах лимита до 300 тыс. рублей. При этом процентная ставка 17,9% годовых не изменится в рамках любой суммы до 300 тыс. рублей.

Одновременно Банк информирует, что **платежи и комиссии по кредитным операциям в рамках указанного предложения для Клиента не предусмотрены.** Для подачи заявки на кредит на условиях, указанных в смс-сообщениях, **оформление страхового полиса не является обязательным**, следовательно, и указания об этом не требовалось в текстах смс-сообщений, что также подтверждается заключением профильного подразделения Дивизиона «Массовая персонализация» (приложение № 3).

В отношении предоставления документов, отражающих условия, определяющие полную стоимость кредита, обозначенного в смс-сообщениях, для заемщика и влияющие на нее, Банк считает необходимым отметить следующее.

Согласно с п.25 Постановления Пленума ВАС РФ 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. 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.

Кредитный договор, заключаемый между Банком и физическим лицом, включает в себя индивидуальные условия кредитования и общие условия кредитования и является договором потребительского кредита в соответствии с Федеральным законом от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)».

Общие условия предоставления, обслуживания и погашения кредитов для физических лиц по продукту Потребительский кредит размещены **на официальном сайте ПАО Сбербанк** в информационно-телекоммуникационной сети Интернет по адресу: https://www.sberbank.ru/commonimg/uploaded/files/el_docs/common/ouk_potrebitelskiv_kiedit_lph.pdf, дополнительно предоставлена копия общих условий, размещенных в открытом доступе (приложение № 5).

Индивидуальные условия содержат, в том числе цели кредита, сумму и срок кредита, процентную ставку, количество и размер платежей. Индивидуальные условия кредитования **подписываются сторонами в момент заключения сделки.** Таким образом, условия, определяющие полную стоимость кредита, будут указаны при подписании в индивидуальных условиях кредитования.

Одновременно Банк информирует, что информация об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита размещена на официальном сайте ПАО Сбербанк в информационно-телекоммуникационной сети Интернет по адресу: https://www.sberbank.ru/commonimg/uploaded/files/el_docs/common/info_ob_usl_predostavleniya.pdf. Дополнительно предоставлена копия информации об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита, размещенную в открытом доступе (приложение № 6).

Принимая во внимание, что в действиях Банка отсутствуют нарушения требований

Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», на основании пп. «а» п. 40 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922), ПАО «Сбербанк» просит прекратить производство по делу № 066/05/28-1201/2021, в связи с отсутствием фактов нарушения законодательства РФ о рекламе.

При рассмотрении дела представитель Банка не смог представить какие-либо документы, подтверждающие факт заключения договора банковского обслуживания с <...> **именно 29.08.2018**, а также копию документа ПАО «Сбербанк» (**приказ**, иное), которым были утверждены Условия банковского обслуживания физических лиц ПАО «Сбербанк» (далее - Условия) в той редакции, в которой в данные Условия был внесен п.8.4.1 (как следует из информации, размещенной в сети интернет, Условия, вст. в силу 28.02.2018, не содержали п.8.4.1).

Также Банк не представил сведения о количестве распространенных смс, содержащих **аналогичную** рекламу (с приложением подтверждающих документов).

Представитель Банка не смог сообщить, какой короткий номер использует Банк для тех смс-сообщений, которые Банк расценивает как рекламные; чем, по мнению Банка, помимо указания на ФИО, отличается рекламное смс-сообщение от не рекламного; **какой именно кредитный продукт предлагался заявителю** в спорных смс-сообщениях (в Общих условиях предоставления, обслуживания и погашения кредитов для физических лиц по продукту Потребительский кредит содержатся сведения о 10 продуктах: «Потребительский кредит без обеспечения», «Потребительский кредит на рефинансирование кредитов», «Доверительный кредит», «Премиум потребительский кредит без обеспечения», «Премиум потребительский кредит под поручительство физических лиц», «Кредит физическим лицам, ведущим личное подсобное хозяйство», «Потребительский кредит по документам на транспортное средство», «Потребительский кредит на покупку в интернет-магазинах», «Потребительский кредит под поручительство», «Покупки в кредит»). Представитель Банка **предположил**, что речь в смс-сообщениях шла о «Потребительском кредите без обеспечения».

Также Банк не представил официальный документ ПАО «Сбербанк» (**приказ**, иное), которым были утверждены Условия предоставления, использования и возврата потребительского кредита, представленного в материалы дела в качестве Приложения №6.

При этом, в п.16 вышеуказанного Приложения №6 указано, что общими условиями **отдельных видов** потребительского кредита **может быть предусмотрена обязанность заемщика заключить дополнительные договоры**.

На вопрос Комиссии о наличии **письменного ответа ПАО «Сбербанк» от 18.12.2020**, направленного <...>, где указано, что сообщение с предложением со стороны банка не направлялось на номер телефона заявителя, поскольку предложение о получении кредита направляется клиентам банка в рамках рекламной акции, представитель Банка сообщил, что данное письмо содержит **ошибочную информацию**.

На вопрос Комиссии о том, почему ПАО «Сбербанк» в месте кредитования не выдает потребителям Общие условия кредитования физических лиц, представитель Банка ответить не смог, при этом заявитель указал, что до сих пор не получил ответ на свою претензию о предоставлении в письменном виде условий кредитования в ПАО «Сбербанк», о котором шла речь в смс-сообщениях.

ПАО «Сбербанк» в дополнительных письменных пояснениях (вх.№01-18351 от 23.06.2021) указал следующее.

Как было указано Банком ранее, **между <...> и Банком с 29.08.2018 действует договор банковского обслуживания**, скриншот профайла клиента из системы Банка прилагается (приложение № 1, является банковской тайной). Одновременно направляем договор сберегательного счета, заключенный 09.12.2020 между Банком и <...> в рамках указанного договора банковского обслуживания, о чем имеется отметка на самом договоре (приложение № 2, банковская тайна).

Относительно Условий банковского обслуживания.

Обращаем внимание, положение о том, что «Клиент уполномочивает Банк использовать персональные данные Клиента в целях направления Клиенту предложений Банка, информационных и рекламных сообщений об услугах Банка, сведений о проводимых операциях по Счетам Клиента путем организации почтовых рассылок, рассылок SMS-сообщений, Push-уведомлений и рассылок

по электронной почте в адрес Клиента...» изначально содержалось в Условиях банковского обслуживания. Данное положение в ранних редакциях содержалось в пункте 7.4.1 вместо 8.4.1. Например, указанное положение в редакции от 28.02.2018 содержалось в пункте 7.4.1, а в редакции от 21.03.2018 - в пункте 8.4.1.

Дополнительно информируем, архив Условий банковского обслуживания размещен в открытом доступе в сети Интернет на официальном сайте ПАО Сбербанк по адресу: <https://www.sberbank.nt/ru/inform> в разделе Договор банковского обслуживания.

В рамках процесса осуществления прямых персонализированных коммуникаций с клиентами Банком производится формирование и направление **персонального предложения** для коммуникации с клиентом.

Необходимо отметить, что процесс подготовки персонального предложения предусматривает участие нескольких подразделений Банка, формирование персональных предложений происходит в системах Банка, в связи с чем профильным подразделением Банка подготовлено заключение о порядке формирования и направления персонального предложения по потребительскому кредиту клиентам Банка (приложение № 3, является коммерческой тайной).

Согласно установленному порядку, предложение, содержащее информацию о конкретной сумме кредита, процентной ставке, сроке кредитования, сформированное и адресованное конкретному клиенту, может быть направлено только одному клиенту Банка.

Обращаем внимание, выборка лиц Банком не проводится, поскольку процесс формирования персонального предложения в Банке основан на индивидуальных подходах и совпадение параметров могло произойти только по причине тождественности у клиентов тех или иных финансовых параметров, на основании которых рассчитывался кредитный лимит.

Поскольку персональное предложение готовится на основании индивидуальных параметров каждого клиента, то и поиск предложения с такими же параметрами (сумма кредита до 300 000 руб., ставка 17,9 %, срок 60 мес., например, сумма кредита 149 000 руб. и ежемесячный платеж 3 776 руб.) требует ручного анализа систем Банка и необходимости открытия профиля каждого клиента для проверки наличия у него персонального предложения, т.к. отдельных настроек программного обеспечения Банка, позволяющих отфильтровать клиентов по заданным Свердловским УФАС России параметрам, не существует.

Рассылка смс-сообщений с номера 900 осуществляется в рамках договора № 1842696 на оказание услуг по информационно-технологическому обеспечению рассылок в открытых телекоммуникационных сетях, заключенного между ПАО Сбербанк и ООО «Сбербанк-Телеком» (представлен Банком ранее).

Для направления клиентам смс-сообщений Банк использует короткий номер 900. Обращаем внимание, что **с номера 900 ежедневно направляются смс-сообщения различного характера: рекламные, информационные, сервисные, технические** (о входе в системы СБОЛ, СБОЛЛ и пр.) и транзакционные по проведенным операциям.

Сведения о порядке рассылке смс-сообщений с номера 900 содержатся в договорах, заключенных Банком с различными операторами связи.

Относительно порядка отбора номеров для рассылки. Указанная в Определении формулировка не применима ко всем видам смс-сообщений, направляемых с номера 900.

Например, техническое смс направляется, если выполнен вход в СБОЛ; информационные сообщения направляются, если выпущена/перевыпущена карта; транзакционные сообщения направляются, если проведена операция по снятию наличных, переводу денежных средств; технические направляются, если сделан запрос на проведение операции, в ответ на который направляется код подтверждения т.д.

Установленная законом мотивированность требования о предоставлении информации предполагает возможность требовать антимонопольным органом предоставления не любой произвольной информации, а лишь той, которая необходима ему для исполнения его задач и функций в соответствии с действующим законодательством.

Судами с учетом применения ст. 34 Закона о рекламе отмечено, что антимонопольный орган вправе запрашивать не любые документы, а только те, которые имеют отношение к обнаруженному нарушению законодательства о рекламе (Постановление ФАС Уральского округа от 11.03.2009 №Ф09-1072/09-С1 по делу №А71-С055/2008-А28).

Учитывая, что номер 900 используется для направления различного рода смс-сообщений, представление сведений о порядке направления всех смс-сообщений Банка, не входящих в предмет рассмотрения настоящего дела, неинформативно и не находится в причинной связи с проводимыми мероприятиями по выявлению нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Одновременно отмечаем, порядок направления рассматриваемых смс-сообщений, являющихся персональным предложением, как указано выше, изложен в Приложении № 3 к настоящему ответу и является коммерческой тайной.

Относительно признаков нарушения **ч. 2 ст. 18 Закона о рекламе**.

Как следует из письма ФАС России от 26.12.20019 № ДФ/114009/19 «О применении части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» для целей выявления нарушения требования ч. 2 ст. 18 Закона о рекламе антимонопольным органам необходимо установить факт того, что:

1) в ходе осуществления звонка абоненту или направления ему сообщения использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание и автоматическая рассылка);

2) осуществление такого звонка абоненту или направление ему такого сообщения осуществлялось для распространения рекламы.

Вместе с тем антимонопольный орган должен обладать документами и доказательствами, необходимыми для принятия обоснованного решения.

Согласно разъяснениям ФАС России и многочисленной правоприменительной практике антимонопольных органов, а также судебной практике **автоматическими дозваниванием и рассылкой следует считать:**

- запись телефонного разговора, содержащую в начале такого разговора воспроизведенный абоненту заранее записанный **аудиофрагмент**, представляющий собой последовательность звуков и/или речь человека (автоматизированная запись);

- направление **USSD-сообщений**, содержащих рекламу, в ответ на отправку таким абонентом USSD-запроса баланса.

Предметом рассмотрения настоящего дела не являются вышеперечисленные обстоятельства.

Довод заявителя <...> о нарушении Банком ч. 2 ст. 18 Закона о рекламе, озвученный на рассмотрении дела 04.06.2021, не основан на каких-либо доказательствах. При этом из имеющихся в материалах дела документов не усматривается наличие признаков распространения смс-сообщений путем автоматической рассылки.

Кроме того, Банком неоднократно сообщалось, что рассматриваемые смс-сообщения не преследовали рекламных целей и не являлись рекламой, поскольку адресованы конкретному лицу, по определенному телефону, а также содержат особые условия по потребительскому кредиту, действительные для одного клиента Банка - <...>.

К тому же, **п. 3.2.11 Договора, заключенного между Банком и ООО «Екатеринбург-2000», предусмотрено, что любая рассылка смс-сообщений, содержащих рекламу, производится именно специалистом Банка - физическим лицом.**

Относительно признаков нарушения **ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе**.

Согласно п. 4 ст. 421 Гражданского кодекса РФ, условия договора определяются по усмотрению сторон, кроме случаев, когда содержание соответствующего условия предписано законом или иными правовыми актами (ст. 422 Кодекса).

Таким образом, существенные условия кредитного договора определяются банком и клиентом индивидуально, исходя из волеизъявления, потребностей и возможностей клиента.

Понятие существенной информации в Законе о рекламе не содержится. Вместе с тем из содержания вышеприведенной правовой нормы следует, что реклама должна содержать не все сведения о конкретном рекламном продукте, а лишь его существенные составляющие, предусмотренные законодательством.

Согласно постановлению Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ (далее - ВАС РФ) от 08.12.2012 As 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.).

Вместе с тем, как указывает Пленум ВАС РФ, 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.

Учитывая изложенное, обязанность указать наличие каких-либо платежей и комиссий возникает у рекламодателя при факте существования таких существенных условий по кредиту. Факт отсутствия данных условий по кредиту указывать не требуется.

Как отмечалось Банком ранее, **платежи и комиссии по кредитным операциям в рамках указанного предложения для клиента <...> не предусмотрены.** Для подачи заявки на кредит на условиях, указанных в смс-сообщениях, оформление страхового полиса не является обязательным.

Таким образом, и их указания не требовалось в текстах рассматриваемых смс-сообщений.

В соответствии с Законом о рекламе реклама банковских услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для ЮЛ - наименование).

Обязанность Банка иметь наименование кредитного продукта не предусмотрена законодательством о рекламе. Согласно ст. 1538 Гражданского кодекса РФ юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность могут, но не обязаны использовать коммерческое обозначение.

Таким образом, указание наименования кредитного продукта в тексте рассматриваемых смс-сообщений не требовалось.

Исходя из текста рассматриваемых смс-сообщений клиенту предлагалось подать заявку на потребительский кредит без обеспечения. Направленные клиенту персональные предложения **не могут быть расценены как оферта**, поскольку не представляют собой окончательно согласованные существенные условия кредитного договора, поскольку, как и указано в тексте смс-сообщений, предполагают дальнейший самостоятельный выбор потенциальным заемщиком приемлемых для него вариантов получения кредита в Банке. Указанный довод подтверждается судебной практикой - Апелляционное определение Московского городского суда от 12.08.2019 по делу № 33-36663/2019.

Учитывая изложенное, Банк в ходе осуществления своей деятельности вправе формировать для своих клиентов персональные предложения. При этом персональное предложение не является офертой Банка, не является сделкой, обязывающей Банк к совершению (или не совершению) каких-либо юридически значимых действий в отношении клиента.

В отношении предоставления копии документа, которым утверждена Информация об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита, являющаяся Приложением № 6 к ответу Банка от 29.04.2021 № СР-Case-4462605.

Указанная информация подготовлена и размещена на официальном сайте ПАО Сбербанк в информационно-телекоммуникационной сети Интернет по адресу: https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/eI_docs/common/info_ob_usl_predostavleniya.pdf во исполнение требований ст. 4 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее – Закон о потребительском кредите) и содержит все пункты (с 1 по 22) требований, перечисленных в статье 4.

Указанная информация об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита отдельным документом (приказом, положением) не утверждалась в Банке, т.к. сформирована и размещена во исполнение требований законодательства.

Одновременно информируем, п.16 Информации об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита распространяется на будущие продукты (виды потребительского кредита), в рамках которых такая опция была бы возможна. **Согласно сведениям**

профильного подразделения, на текущий момент заключение дополнительных договоров, если обязанность по их заключению не вытекает из требований закона, в Банке не предусмотрена.

Принимая во внимание, что на рассмотрении настоящего дела 04.06.2021 заявителем было озвучено Комиссии «ему понятно, что можно подать заявку на 300 тыс. руб. под 17,9 и сроком на 60 мес.», очевидно, рассматриваемые смс-сообщения содержали понятную для потребителя информацию об имеющемся персональном предложении. Одновременно Заявитель сообщал о неполучении в Банке бумажных копий проекта кредитного договора, которым в совокупности являются общие и индивидуальные условия кредитования, и которые не связаны с фактом поступления смс-сообщений и их содержанием.

Таким образом, позиция заявителя основана не на претензии к неясному неоднозначному содержанию текста смс-сообщений, и к факту их поступлений, а только к качеству обслуживания в Банке, что является компетенцией другого государственного регулятора.

ПАО «Сбербанк» в дополнительных письменных пояснениях (вх.№01-18796 от 29.06.2021) указал следующее.

При объявлении перерыва в рассмотрении дела № 066/05/28-1201/2021 Комиссией 25.06.2021 были озвучены дополнительные вопросы, на которые Банку необходимо представить письменные пояснения. Со слов Комиссии представителем Банка зафиксированы следующие вопросы:

1. Пояснения относительно отсутствия в тексте спорных смс-сообщений фразы «Банк может отказать в выдаче кредита без объяснения причин», что может вызвать у потребителя излишние походы в Банк, и является ли указанная фраза существенной информацией;
2. Пояснения какой именно вид кредитного продукта (из указанных в Информации об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита) предлагался Заявителю в спорных смс-сообщениях, а также его соотносимость с абз. 2 п. 16 Информации об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита.

Относительно первого вопроса сообщаем.

Согласно п. 5 ст. 7 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» по результатам рассмотрения заявления заемщика о предоставлении кредита кредитор может отказать заемщику в заключении кредитного договора без объяснения причин.

Направленные клиенту персональные предложения не являются офертой, т.к. не представляют собой окончательно согласованные существенные условия кредитного договора, поскольку, как и указано в тексте смс-сообщений, предполагают дальнейший самостоятельный выбор потенциальным заемщиком приемлемых для него вариантов получения кредита в Банке.

Одновременно отмечаем, из текста рассматриваемых смс-сообщений явно следует, что по итогам рассмотрения заявки Банк примет решение об одобрении или об отказе. Текст направленных заявителю смс-сообщений содержит такие фразы, как: *«рассмотрим заявку»*, *«узнайте решение онлайн или у нас в офисе»*, *«решение онлайн или у нас в офисе»*.

Согласно дефиниции термина, приведенной в Толковых словарях Ожегова и Ушакова, глагол *«рассмотреть»* употребляется с целью оценки или принятия решения. Согласно дефиниции термина, существительное *«решение»* употребляется в значении: ответ к задаче, заключение, вывод из чего-нибудь, путь действий после обдумывания.

Таким образом, отдельного указания в тексте смс-сообщений фразы о том, что Банк может принять решение об отказе в выдаче кредита, не требовалось ровно потому, что текст смс-сообщений содержал однозначные формулировки о необходимости Банком рассмотреть заявку и принять по ней решение.

Учитывая изложенное, заявитель не мог быть введен в заблуждение относительно решения Банка. Дополнительно отмечаем, «излишние походы» клиента в Банк исключены. Приходить в Банк не требуется, т.к. предусмотрена возможность направления заявки онлайн, о чем указано в тексте обоих смс-сообщений. То есть клиент самостоятельно выбирает, подать заявку онлайн или обратиться в офис.

В отношении второго вопроса сообщаем.

Как неоднократно отмечалось Банком, рассматриваемые смс-сообщения представляли собой персональное предложение, согласно которому предлагалось подать заявку на потребительский

кредит без обеспечения. Платежи и комиссии в рамках указанного предложения для Клиента не предусмотрены.

Указанная в п. 16 Информации об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита «опция» о том, что «может быть предусмотрена обязанность заемщика заключить дополнительные договоры» распространяется на только будущие (*еще не созданные / не существующие в настоящий момент*) продукты Банка (виды потребительского кредита). Таким образом, указанный пункт описывает лишь будущие действия при наступлении определенных условий (*если такой продукт появится в Банке*).

Отмечаем, что, согласно сведениям профильного подразделения, в настоящее время заключение дополнительных договоров, если обязанность по их заключению не вытекает из требований закона, в Банке не предусмотрена.

Учитывая, что Информация об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита полностью сформирована во исполнение требований законодательства, с учетом всех положений пункта 4 ст. 5 Закона о потребительском кредите, Банк не имел возможности самостоятельно исключать определенные положения.

Также обращаем внимание на то, что ответе Банка от 23.06.2021 № УБ—80-исх/7к на определение об отложении рассмотрения дела № 066/05/28-1201/2021, подробно обосновано отсутствие необходимости указания наименования кредитного продукта в тексте рассматриваемых смс-сообщений.

Рассмотрев представленные материалы, заслушав доводы и возражения сторон, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам.

Материалами дела установлено, что 04.12.2020 в 09:19 и 18.12.2020 в 09:19 на абонентский номер заявителя <...> с короткого номера «900» поступили рекламные смс-сообщения 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

В Письме ФАС России от 04.06.2013 №АК/21587/13 «О порядке применения части 1 статьи 18 Закона 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.

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 Закона 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.

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**. Аналогичная позиция ПАО «Сбербанк» закреплена и в письме Службы по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг ЦБ РФ (исх.№59-3-1-ОГ/4151 от 10.02.2021): «Банк пояснил, что предложения о получении кредита направляются клиентам Банка в рамках рекламной акции».

Комиссия отмечает, что смс-реклама с аналогичными формулировками была получена в аналогичный период времени и сотрудником Управления, а именно, 01.12.2020 с номера «900», что зафиксировано в Акте Свердловского УФАС России от 25.06.2021:

<

900

1 01.12.2020 15:21

Ольга Дмитриевна, получите 824 000р., чтобы осуществить задуманное к праздникам уже сегодня! 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. При сроке 60 мес. и ставке 11.9% годовых платёж по кредиту составит 18 288 р./мес. ПАО Сбербанк

Во вступившем в силу решении Арбитражного суда г. Москвы от 25.12.2019 по делу №А40-205487/19-154-1742 нашла свое отражение позиция о том, что следует исходить из возможности отображения однообразных предложений с несколько отличающимися условиями разным абонентам. При этом сам факт автоматического формирования такой информации и отображение ее клиенту свидетельствует о цели рекламодателя (рекламораспространителя) привлечения внимания неопределенного круга лиц к собственным услугам (товарам) и себе, как продавцу таких товаров, в том числе путем предоставления определенных бонусов, скидок и т. п., формируемых на основании отдельных характеристик клиента и имеющейся о нем информации. Представляется безусловным существенное изменение со временем условий распространения рекламы с использованием автоматизированных систем и иного программного обеспечения, а также учитывая

наличие у рекламодателя большого объема персональных данных лиц (клиентов). Подобная «клиентоориентированность» и **способность видоизменять рекламу под конкретного получателя (клиента) представляется логичным развитием способов распространения рекламы и не может свидетельствовать о нерекламном характере таких сообщений.** Учитывая развивающиеся технологии и возможности обработки значительного объема информации, в том числе об определенном клиенте, следует оценивать не только возможность неопределенного круга лиц воспользоваться отдельным предложением оператора связи, но и **систематичность, массовость распространения предложений и их конечную цель.** Такая информация, сознательно доводимая распространителем исключительно до лиц, являющихся его клиентами, при этом создана и адресована неопределенному лицу, может быть воспринята любым потребителем. Иное толкование закона фактически привело бы к тому, что любая информация, распространяемая определенному количеству лиц, например, только держателям клубных карт, только читателям определенного средства массовой информации и т.п., не являлась бы рекламой. Доводы заявителя об «определенности круга лиц», построенные на том, что рекламу не могли воспринять абсолютно все потенциальные потребители рекламы в Российской Федерации, являются безосновательными, так как любая реклама имеет определенные объективные адресные ограничения (например, наружная реклама, распространенная в г. Москве, не может быть признана не рекламой исключительно по причине «определенности круга потребителей такой рекламы жителями г. Москвы», а реклама финансовых услуг направлена на «определенный круг лиц — дееспособных граждан старше 18 лет»).

Также вывод о том, что смс-сообщение с номера «900» *«Тумас Крикович, напоминаем, до 30 сентября Вы можете получить только по паспорту предварительно одобренный Вам кредит: 179000,0 руб. по 22% годовых на 60 мес. Платёж всего 4944 руб. в мес.! Подробнее в любом отделении – пароль 2753961260В. Ваш Сбербанк»* является рекламой, отражен во вступившем в силу Решении Пятнадцатого Арбитражного апелляционного суда от 15.09.2021 по делу №А53-9616/2015, в котором указано, что соответствующая позиция апелляционного суда основана на сложившейся судебной практике (постановление 9ААС от 25.12.2014 по делу №А40-104035/14, оставленное без изменения постановлением АС Московского округа от 16.04.2015, постановление 12 ААС от 02.09.2014 по делу №А12-9304/2014, постановление АС Поволжского округа от 27.01.2015 г. по делу №А12-9304/2012).

Во вступившем в силу Решении Арбитражного суда Свердловской области от 25.01.2021 по делу №А60-58913/2020, в предмет рассмотрения по которому входил анализ смс-сообщения ПАО «Сбербанк» с номера «900»: *«Леонид Леонидович, вам доступно специальное предложение по кредитной карте: золотая карта Mastercard с лимитом 135 000 р. и обслуживанием 0р. Ставка 23.9% годовых или 0% до 50 дней. СМС об операциях 0р. Перейти в Сбербанк Онлайн: <http://sberbank.ru/sms/cc/> ПАО Сбербанк»*, отражен вывод о том, что **указание в каждом из платежных документов фамилии, имени и отчества его получателя, индивидуальный расчет рекомендованного платежа, не делает данную информацию персонифицированной, позволяя лишь завуалировать рекламу под индивидуальное сообщение.**

Аналогичный подход изложен в судебных решениях по делам №А40-25119/16, №А40-110116/15, А40-225838/2019.

Таким образом, спорные смс-сообщения являются рекламой, поскольку отвечают признакам рекламы, перечисленным в п.1 ст.3 Закона о рекламе, в связи с чем, на них распространяются требования указанного закона.

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

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.

Между тем, материалами дела установлено, что, несмотря на начало обслуживания в Банке со 02.11.2015, заявитель <...> выразил согласие на получение от Банка смс-рекламы при заключении договора банковского обслуживания 29.08.2018, приняв при его заключении Условия банковского обслуживания физических лиц ПАО «Сбербанк» (вст. в силу с 20.08.2018), согласно п.8.4.1 которого уполномочил Банк использовать персональные данные в целях направления, в том числе, **рекламных сообщений об услугах Банка путем организации рассылок SMS-сообщений**. При этом, п.8.4 указанных условий предусмотрено право Клиента на отзыв согласия на получение от Банка рекламных сообщений в любой момент путем передачи Банку подписанного Клиентом письменного заявления. Доказательства того, что <...> до даты получения спорных смс-сообщений обращался в Банк с подобным заявлением, в материалы не представлены. При этом, Комиссия полагает, что факт отсутствия в настоящее время в Банке заявления <...> от 29.08.2018 на бумажном носителе, не свидетельствует о не подписании такового 29.08.2018, поскольку его наличие подтверждено такими доказательствами как скриншот профайла клиента <...> из системы Банка, а также Договором сберегательного счета от 09.12.2020, заключенным в рамках договора банковского обслуживания №1654 09971073 от 29.08.2018, подписанным собственноручно <...>.

Согласно Письму ФАС России от 11.11.2019 №ДФ/98054/19 согласие абонента на получение рекламы, содержащееся в договоре, заключенном в письменной форме, подписанном абонентом, в том числе в договоре на оказание услуг связи, позволяет однозначно идентифицировать абонента и может рассматриваться как надлежащее ([определение Верховного Суда Российской Федерации от 12.02.2018 №309-КГ17-22298 по делу №А60-63378/2016](#)).

Таким образом, признаки нарушения ч.1 ст.18 Закона о рекламе при рассмотрении данного дела не нашли своего подтверждения.

Согласно **ч. 2 ст. 18 Закона о рекламе** не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, **автоматической рассылки**).

Под запрет, установленный в указанной норме, подпадают как случаи, когда выбор абонента (абонентского номера) осуществляется не человеком, а техническим устройством, программой, компьютером, машиной, так и случаи, когда набор такого номера осуществляется автоматически, без участия человека (даже если выбор абонентов был произведен человеком).

Рассылка SMS-сообщений в большинстве случаев предполагает деятельность человека, которая заключается в наборе номеров абонентов или добавление их в список адресатов рассылки. Только в этом случае рассылка не будет автоматической ([Определение от 16.02.2009 №ВАС-15732/08 по делу №А79-334/2008](#), [Постановление Президиума ВАС РФ от 31.03.2009 №15732/08 по делу №А79-334/2008](#)).

Согласно п.3.2.11 Договора №51-000234 от 01.11.2014, заключенного между Банком и ООО «Екатеринбург- 2000», Заказчик обязуется не производить автоматических SMS-сообщений, т.е. любая SMS-рассылка должна производиться путем выбора абонентских номеров для рассылки SMS-сообщений, содержащих рекламу, производиться именно специалистом Заказчика, т.е. физическим лицом (согласно ч.2 ст.18 Закона о рекламе).

Несмотря на то, что вышеуказанное положение в договоре не исключает возможность автоматической рассылки, достаточных доказательств ее осуществления ПАО «Сбербанк» при распространении спорных смс-сообщений в материалах дела не имеется (невозможно расценить рассылку данных SMS-сообщений как осуществленную без участия человека с учетом представленного Банком Заключения Дивизиона «Массовая персонализация»).

Таким образом, признаки нарушения ч.2 ст.18 Закона о рекламе при рассмотрении данного дела также не нашли своего подтверждения.

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).

Согласно **ч.3 ст.28 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.

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** Закона 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» на сумму «до 300 000 р.», приведен расчет ежемесячного платежа с указанием процентной ставки (17,9%) и срока кредитования (60 мес.).

Материалами дела установлено, что Информация об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита (далее – Информация об условиях) размещена на официальном сайте ПАО Сбербанк в информационно-телекоммуникационной сети Интернет по адресу:

https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/el_docs/common/info_ob_usl_predostavleniya.pdf

Согласно п.9 Информации об условиях какие-либо иные платежи по всем перечисленным в

п.4 кредитным продуктам отсутствуют.

9	Виды и суммы иных платежей заемщика по договору потребительского кредита.	Не применимо.
---	---	---------------

В условиях, при которых в спорной рекламе кредита ПАО «Сбербанк» указаны такие условия, как сумма, срок, процентная ставка, валюта, а какие-либо иные платежи, влияющие на его стоимость, отсутствуют, признаки нарушения ч.3 ст.28 Закона о рекламе не нашли своего подтверждения.

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.

Согласно п.4 Информации об условиях ПАО «Сбербанк» предлагает заемщикам следующие виды потребительского кредита:

- 1) Потребительский кредит без обеспечения;
- 2) Потребительский кредит под поручительство;
- 3) Кредит физическим лицам, ведущим личное подсобное хозяйство;
- 4) Потребительский кредит на рефинансирование кредитов;
- 5) Потребительский кредит на покупку в интернет-магазинах;
- 6) Покупки в кредит;
- 7) Образовательный кредит с государственной поддержкой.

Под условия (по сумме, сроку, процентной ставке, валюте), указанные в спорных смс-сообщениях (до 300 000 руб., на 60 мес. под 17,9% годовых), подпадают два вида потребительского кредита из вышеуказанных семи: «Потребительский кредит без обеспечения» и «Потребительский кредит под поручительство».

Согласно ч.4 ст.5 Закона о потребительском кредите **кредитором** в местах оказания услуг (местах приема заявлений о предоставлении потребительского кредита (займа), в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет») **должна размещаться следующая информация** об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита (займа):

- **виды потребительского кредита** (п.4);
- **диапазоны значений полной стоимости** потребительского кредита (займа), определенных с учетом требований настоящего Федерального закона **по видам потребительского кредита** (п.10).

Согласно ч.5 ст.7 Закона о потребительском кредите по результатам рассмотрения заявления заемщика о предоставлении потребительского кредита (займа) **кредитор может отказать заемщику** в заключении договора потребительского кредита (займа) **без объяснения причин**, если федеральными законами не предусмотрена обязанность кредитора мотивировать отказ от заключения договора.

С учетом того, что по итогам рассмотрения заявления Банком может быть принято решение и об отказе в заключении договора без объяснения причин, в условиях введения самим Банком деления кредитных продуктов на категории (с поручителем, без поручителя и т.п.), отсутствие в рекламе идентификации предлагаемого заемщику кредитного продукта способно привести к искажению смысла информации и введению в заблуждение потребителей рекламы, поскольку данная информация **влияет на решение Банка при рассмотрении заявки** (с поручителем кредит предоставит, без поручителя нет; в противном случае деление кредитных продуктов на категории с одними и теми же условиями кредитования теряет смысл).

Между тем, **информация о виде потребительского кредита, предлагаемого Банком заявителю, в смс-сообщениях отсутствует.**

Важность для потребителя наличия в рекламе сведений о виде потребительского кредита затронута в судебном решении по делу №А72-339/2012: суды признали нарушающей **Закон** о рекламе рекламу «Ипотечные кредиты» Банка ИТБ (ОАО) в связи с тем, что в ней отсутствует указание на то, что приведенная процентная ставка и размер первоначального взноса *относятся только к определенному кредитному продукту*, что искажает общий смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

ФАС России в письме от 13.08.2010 №АК/26483 «Об усилении контроля за рекламой финансовых услуг» указала, что в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

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.

Между тем, указал Банк, что рассматриваемая реклама офертой не является, поскольку не представляют собой окончательно согласованные существенные условия кредитного договора. Данный довод признан Комиссией обоснованным.

Согласно ч.1 ст.7 Закона о потребительском кредите договор потребительского кредита (займа) заключается в порядке, установленном законодательством Российской Федерации для кредитного договора, договора займа, с учетом особенностей, предусмотренных настоящим Федеральным законом.

Договор потребительского кредита (займа) состоит из общих условий и индивидуальных условий. Договор потребительского кредита (займа) может содержать элементы других договоров (смешанный договор), если это не противоречит настоящему Федеральному закону (ч.1 ст.5 Закона о потребительском кредите).

Индивидуальные условия договора потребительского кредита (займа) согласовываются кредитором и заемщиком индивидуально (ч.9 ст.5 Закона о потребительском кредите).

При этом из самого содержания рекламы следует, что предложение не является окончательным, поскольку указано: «рассмотрим заявку».

Таким образом, данная реклама не является офертой, действующей в течение двух месяцев, при этом иной срок действия данного предложения в рекламе не указан.

По мнению Комиссии, сведения **о сроке действия предложения Банка на приведенных в рекламе условиях**, которые в рассматриваемой рекламе отсутствуют, являются существенной для потребителя информацией.

Спорная реклама вводит потребителей в заблуждение относительно рекламируемой финансовой услуги посредством злоупотребления доверием физических лиц, недостатком у них опыта, знаний в связи с отсутствием в рекламе части существенной информации.

Таким образом, данная реклама противоречит требованиям ч.7 ст.5 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствует часть существенной информации о виде потребительского кредита, а также о сроке действия предложения, что искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

Ответственность за нарушение ч.7 ст.5 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).

Материалами дела установлено, что рекламодателем является ПАО «Сбербанк», осуществившее рассылку смс-сообщений на основании Договора №51-000234 от 01.11.2014, заключенного с ООО «Екатеринбург- 2000».

Резолютивная часть решения по делу согласно пп. «г» п.47 Правил №1922 должна содержать сведения о выдаче предписания (предписаний) с указанием лица (лиц), которому оно выдается.

Согласно п. 49 Правил №1922 при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Спорная информация поступила заявителю 04.12.2020 и 18.12.2020, в настоящее время не распространяется, иного в материалы дела не представлено, в связи с чем, необходимость в выдаче предписания отсутствует.

В соответствии с п.7 ч.2 ст.33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ч.1 ст.14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно п.48 Правил № 508 дата изготовления решения по делу в полном объеме считается датой принятия решения по делу.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст.14.3 КоАП РФ.

Согласно п.1 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

В соответствии с п.4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 1.1 и 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ, и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40 - 3.45 Административного регламента № 711/12, ч.1 ст.37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в соответствующем постановлении.

Согласно ч.1 ст.2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник, а для оказания юридической помощи потерпевшему - представитель. В качестве защитника или представителя к участию в производстве по делу об административном правонарушении допускается адвокат или иное лицо (ч.ч.1, 2 ст.25.5 КоАП РФ).

Согласно ч.1 ст.25.15 КоАП РФ лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1, ч. 4 ст. ст. 25.5 и п. 3 ч. 4 ст. 28.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника. Защитник допускается к участию в производстве по делу об административном правонарушении с момента возбуждения дела об административном правонарушении, которое считается возбужденным с момента составления протокола об административном правонарушении.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 – 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать смс-рекламу кредита ПАО «Сбербанк», распространенную 04.12.2020 в 09:19 и 18.12.2020 в 09:19 на абонентский номер <...> с короткого номера «900», ненадлежащей, как нарушающую требования ч.7 ст. 5 Закона о рекламе (в рекламе отсутствует часть существенной информации о виде потребительского кредита, а также о сроке действия предложения, что искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы).

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

3. Законному представителю ПАО «Сбербанк» (117312, г. Москва, ул. Вавилова, 19, ОГРН: 1027700132195, дата присвоения ОГРН: 16.08.2002, ИНН: 7707083893, КПП: 773601001) (защитнику) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **24 августа 2021 г. в 14 час. 00 мин.** для составления *в отношении юридического лица* протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение. ПАО «Сбербанк» вправе представить письменные объяснения по факту правонарушения (ст. 26.3 КоАП РФ), в том числе, указать (при наличии) обстоятельства, смягчающие (ст.4.2 КоАП РФ) и отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную ответственность, исключаяющие производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ).

Для приобщения к протоколу письменных объяснений (ст. 26.3 КоАП РФ) их надлежит представить в письменной форме и раскрыть в них свою позицию относительно каждого из указанных в решении обстоятельств, подкрепив ее соответствующими доказательствами.

4. Президенту, Председателю Правления ПАО «Сбербанк» <...> надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 224) **24 августа 2021 г. в 15 час. 00 мин.** для составления *в отношении должностного лица* протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение, а также представить письменные объяснения (ст.26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения **либо** обеспечить ознакомление с данным Решением и явку того должностного лица ПАО «Сбербанк», которое было ответственно за выявленное правонарушение, а также в срок **до 17.08.2021** представить в Управление следующую информацию:

1) копию документа, удостоверяющего личность ответственного должностного лица ПАО «Сбербанк» (разворот страниц с фотографией и страниц с пропиской);

2) доказательства ознакомления ответственного должностного лица с данным решением;

3) копию приказа о назначении на должность;

4) ссылку на соответствующий пункт должностной инструкции, подтверждающий, что в должностные обязанности указанного должностного лица входил контроль за соблюдением требований рекламного законодательства при распространении спорной рекламы;

5) письменное объяснение ответственного должностного лица по факту правонарушения (ст. 26.3 КоАП РФ), в том числе, указать (при наличии) обстоятельства, смягчающие (ст.4.2 КоАП РФ) и отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную

ответственность, исключаяющие производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ).

Решение антимонопольного органа может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения (ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе).

Для оперативности ответ следует предварительно направить по факсу либо на электронную почту Управления (to66@fas.gov.ru с пометкой «для Стариковой»). В ответе необходимо сослаться на исходящий номер документа Свердловского УФАС России.

Протокол об административном правонарушении подписывается должностным лицом, его составившим, физическим лицом или законным представителем юридического лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении (ч. 5 ст. 28.2 КоАП РФ).

Согласно ч. 1 ст. 51 Конституции Российской Федерации никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.

В соответствии с ч. 5 ст. 25.5 КоАП РФ защитник, допущенный к участию в производстве по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, участвовать в рассмотрении дела, обжаловать применение мер обеспечения производства по делу, постановление по делу, пользоваться иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени юридического и должностного лица, в отношении которого составляется протокол).

Неявка лица до истечения указанного срока не препятствует дальнейшему движению дела об административном правонарушении, протокол об административном правонарушении может быть составлен в отсутствие указанного лица (ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ).

В связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой в РФ Управление рекомендует воздержаться от личной явки лиц, участвующих в составлении протокола (в том числе, защитников), направив ходатайство (to66@fas.gov.ru) о составлении протокола в их отсутствие с учетом представленных письменных пояснений.

Независимо от формы участия в составлении протокола все письменные пояснения и документы будут всесторонне изучены и учтены при его составлении.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>