



**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

№ _____

На № _____ от _____

<...>

АО «Газпромбанк»

ул. Намёткина, 16, корп.1,
г. Москва, 117420
mailbox@gazprombank.ru

ПАО «Мегафон»

пер. Оружейный, 41,
г. Москва, 127006
Glb-LPO-litigation@MegaFon.ru
Olga.chepel@Megafon.ru
info@megafon.ru

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИ ДЕЛА №066/05/28-3968/2021 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

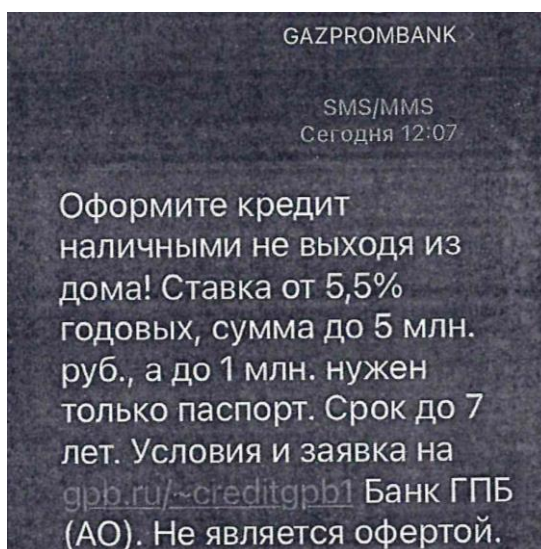
«12» ноября 2021 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев заявление <...> (вх.№01-28353 от 15.10.2021) с жалобой на распространение 06.10.2021 в 12:07 на её абонентский номер <...> с короткого номера «GAZPROMBANK» рекламного смс-сообщения с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление абонента ПАО «Мегафон» <...> (вх.№01-28353 от 15.10.2021) с жалобой на распространение 06.10.2021 в 12:07 на её абонентский номер <...> с короткого номера «GAZPROMBANK» рекламного смс-сообщения «*Оформите кредит наличными не выходя из дома! Ставка от 5,5% годовых, сумма до 5 млн.руб., а до 1 млн. нужен только паспорт. Срок до 7 лет. Условия и заявка на gpb.ru/~creditgpb1 Банк ГПБ (АО). Не является офертой*», которое, являясь рекламой услуг, связанных с предоставлением кредита, содержащей такие условия, влияющее на его стоимость, как процентная ставка, сумма и срок кредитования, не содержит все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным **законом** «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее, а также без согласия на получение рекламы, в нарушение требований ч.3 ст.28 и ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).



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

Факт поступления 06.10.2021 в 12:07 на абонентский номер <...> с короткого номера «GAZPROMBANK» рекламного смс-сообщения подтверждается детализацией услуг связи по абонентскому номеру <...>, представленной оператором связи заявителя ПАО «Мегафон» (вх.№01-28903 от 21.10.2021).

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под *рекламой* в ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (п.1); под *объектом рекламирования* – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (п.2); под *товаром* – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Согласно п.1 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.

К объектам гражданских прав относятся вещи (включая наличные деньги и документарные ценные бумаги), иное имущество, в том числе имущественные права (включая безналичные денежные средства, бездокументарные ценные бумаги, цифровые права); **результаты работ и оказание услуг**; охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и **приравненные к ним средства индивидуализации** (интеллектуальная собственность); нематериальные блага (ст.128 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ).

В соответствии с письмом ФАС России от 27.12.2017 № АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама» рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, **индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке.**

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.**

Таким образом, характер информации и ее отнесение к рекламе либо не рекламе связан исключительно с ее **целевой направленностью** на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

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

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В соответствии с позицией, изложенной в пункте 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 №37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В спорной информации сообщено наименование хозяйствующего субъекта - «*Банк ГПБ*», приведено описание оказываемой им финансовой услуги, связанной с предоставлением кредита, что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект и его услугу, сформировать к нему интерес с целью его продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя, следовательно, является рекламой.

Кроме того, по своему содержанию информация, доведенная до заявителя посредством смс-сообщения, 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.**

В распространенной информации не указаны имя и отчество абонента, сведения о рекламируемой финансовой услуге **носят обобщенный характер**, направлены на формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования – кредиту АО «Газпромбанк», **представляют интерес для неопределенного круга лиц**, в связи с чем является рекламой.

Согласно **ч.3 ст.28 Закона о рекламе** если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

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**).

Наличие в рекламе информации о возможности получения (уточнения) сведений об условиях оказания соответствующих услуг у сотрудников организации, предоставляющей такие услуги, или иных консультантов, обладающих необходимыми сведениями об условиях оказания данных услуг, не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности опубликования **в рекламном объявлении условий** оказания банковских, страховых и иных финансовых услуг, влияющих на их стоимость, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий (п.24 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», далее - Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58).

В п.25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 разъяснено, что в соответствии с **частью 3 статьи 28** Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием 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.

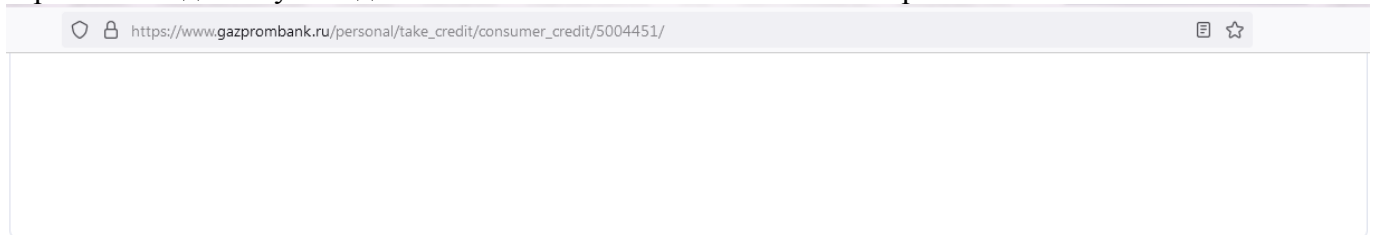
ФАС России в письме от 31.07.2014 №АД/30890/14 «О рекламе финансовых услуг» разъяснила, что порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен **статьей 6** Закона о потребительском кредите.

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 АО «Газпромбанк» на сумму «до 5 000 000 руб.», указана процентная ставка (от 5,5%) и срока кредитования (60 мес.).

Между тем, на официальном сайте АО «Газпромбанк» по адресу https://www.gazprombank.ru/personal/take_credit/consumer_credit/5004451/ размещены Условия кредитования, в которых указано, что процентная ставка 5,5% годовых при сумме кредита 5 000 000 руб. применяется только при наличии личного страхования заемщика, а в случае отказа от личного страхования действует надбавка 6-7 п. п. в зависимости от категории клиента.



Процентные ставки

Стандартные условия

Сумма кредита	Процентная ставка со страхованием*, % годовых
5 000 000 руб.	5,5
от 3 000 000,01 руб. до 4 999 999,99 руб.	6,9** / 7,9
от 300 000 руб. до 3 000 000 руб.	7,9
от 100 000 руб. до 299 999,99 руб.	8,9

* В случае отказа от личного страхования действует надбавка 6-7 п. п. в зависимости от категории клиента.

** для клиентов, получающих заработную плату на банковские карты и счета Банка ГПБ (АО)

Страхование

При наличии личного страхования у вас будет льготная ставка. Данную услугу можно оформить на сайте, в мобильном приложении или в офисе Банка ГПБ (АО), а в случае наступления страхового случая страховая компания выплачивает вам всю сумму задолженности, что позволит вам погасить обязательства перед банком и поддержать привычный уровень жизни в непростой ситуации. Страхование является добровольным, действует весь срок кредита и не влияет на принятие решения об его одобрении.

[Подробнее по ссылке.](#)

Как работает программа

- Страховой полис оформляется одновременно с договором потребительского кредитования.
- При наступлении страхового случая **страховая компания** выплатит вам всю сумму задолженности по первоначальному графику платежей, что позволит вам погасить обязательства перед банком и поддержать привычный уровень жизни в непростой ситуации.

Условия

- Срок страхования равен сроку кредита.
- Территория страхования - весь мир, за исключением зон военных конфликтов.
- Страховая сумма равна сумме кредита.

Преимущества программы



Поддержка близких

При наступлении страхового события, оставшиеся после погашения кредита средства будут доступны вам и вашей семье для поддержания привычного образа жизни.



Удобство оформления

Программа оформляется одновременно с кредитом и действует весь срок кредита.



Льготные условия кредитования

При оформлении страховой программы вам будет доступна льготная процентная ставка по кредиту.

Таким образом, в спорной рекламе отсутствует информация **о дополнительных расходах заемщика**, связанных с получением кредита, то есть такое условие, влияющее на его стоимость, как **личное страхование заемщика**, что указывает на наличие признаков нарушения ч.3 ст.28 Закона о рекламе.

В соответствии с **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.

Заявитель сообщила, что согласия на распространение рекламы на её абонентский номер <...> с короткого номера «GAZPROMBANK» не давала.

В соответствии с п. 22.1 ст. 2 и ст. 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон о связи), **рассылка** по сети подвижной радиотелефонной связи (далее – рассылка) – автоматическая передача абонентам коротких текстовых сообщений (сообщений, состоящих из букв и (или) символов, набранных в определенной последовательности) по сети подвижной радиотелефонной связи или **передача абонентам коротких текстовых сообщений с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации**, а также сообщений, передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи.

Рассматриваемое смс-сообщение подпадает под понятие «рассылка», поскольку соответствует определению «рассылка», изложенному в п. 22.1 ст. 2 Закона о связи – является передачей абоненту короткого текстового сообщения с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации – смс-сообщение было передано **с короткого номера** – «GAZPROMBANK».

Согласно Письму Минкомсвязи России от 29.09.2014 №ДА-П12-17623 понятие «рассылка» следует рассматривать с точки зрения его лексического толкования, в соответствии с которым рассылкой является отправка разным адресатам сообщения одинакового содержания (реклама, газета, приглашение). Принимая это во внимание, рассылкой по сети подвижной радиотелефонной

связи является массовая отправка одинаковых коротких текстовых сообщений (SMS) с целью распространения какой-либо информации (адресная электронная рассылка по целевой аудитории с целью доведения определенной информации).

В Разъяснениях ФАС России от 14.06.2012 «О порядке применения статьи 18 Федерального закона «О рекламе» указано, что «короткий номер» предназначен для одновременной массовой отправки смс-сообщений широкому кругу лиц.

ФАС России в Письме от 25.06.2013 №АК/24455/13 «О рекламных SMS-сообщениях» разъяснила, что под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

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

Сведения об услугах хозяйствующего субъекта обобщенного характера не носят персонализированного характера, несмотря на упоминание имени и отчества абонента, представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

Рассылка должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено (ч. 1 ст. 44.1 Закона о связи).

Рассылка по инициативе заказчика рассылки осуществляется на основании договора, заключенного с оператором подвижной радиотелефонной связи, абоненту которого предназначена рассылка. Предметом указанного договора являются услуги по осуществлению рассылки оператором связи (ч. 2 ст. 44.1 Закона о связи).

Рассылка, осуществляемая с нарушением требований Закона о связи, является незаконной, за исключением рассылки сообщений в целях информирования абонента в связи с перенесением абонентского номера, иных сообщений, которую оператор связи обязан осуществлять в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также рассылки сообщений по инициативе федеральных органов исполнительной власти, Государственной корпорации по космической деятельности «Роскосмос», органов государственных внебюджетных фондов, исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, местных администраций и других органов местного самоуправления, осуществляющих исполнительно-распорядительные полномочия в соответствии с законодательством Российской Федерации (ч. 3 ст. 44.1 Закона о связи).

Согласно ч. 1 ст. 44.1 Закона о связи рассылка также признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

В силу ч. 1 ст. 46 Закона о связи, оператор связи обязан прекратить оказание услуг по пропуску по своей сети трафика, содержащего осуществляемую с нарушением требований Закона о связи рассылку.

П. 34 ст. 2 Закона о связи определяет услугу по пропуску трафика как деятельность, направленную на удовлетворение потребности операторов связи в пропуске трафика между взаимодействующими сетями электросвязи.

К оказываемым оператором сети подвижной радиотелефонной связи услугам по пропуску трафика согласно пп. «а» п. 2 Приложения № 2 к Правилам присоединения сетей электросвязи и их взаимодействия, утв. Постановлением Правительства РФ от 28.03.2005 № 161, относится услуга зонового завершения вызова на сеть оператора связи, представляющая собой деятельность, направленную на обеспечение пропуска трафика от точки присоединения к сети оператора связи к

пользовательскому (оконечному) оборудованию, подключенному к сети связи того же оператора подвижной радиотелефонной связи.

Следовательно, в случае осуществления оператором связи рассылки, включающей в себя рекламные сообщения не на основании договора об оказании услуг по осуществлению рассылки с заказчиком рассылки он заведомо допускает незаконную рассылку и бездействует относительно возложенной на него законом безусловной обязанности прекратить оказание услуг по пропуску по своей сети трафика, содержащего незаконную рассылку (в том числе рекламу).

Таким образом, применительно к распространению рекламы по сети подвижной радиотелефонной связи посредством передачи абонентам коротких текстовых сообщений **рекламораспространителем является инициатор рассылки – заказчик рассылки либо оператор связи.**

Рассылка по инициативе заказчика рассылки осуществляется на основании договора, заключенного с оператором подвижной радиотелефонной связи, абоненту которого предназначена рассылка. Предметом указанного договора являются услуги по осуществлению рассылки оператором связи (ч. 2 ст. 44.1 Закона о связи).

Рассылка, осуществляемая с нарушением требований Закона о связи, является незаконной (ч. 3 ст. 44.1 Закона о связи).

Таким образом, в случае осуществления оператором связи рассылки, включающей в себя рекламные сообщения не на основании договора об оказании услуг по осуществлению рассылки с заказчиком рассылки, оператор заведомо допускает незаконную рассылку и бездействует относительно возложенной на него законом безусловной обязанности прекратить оказание услуг по пропуску по своей сети трафика, содержащего незаконную рассылку (в том числе рекламу).

Заявитель указала, что является абонентом ПАО «Мегафон».

В соответствии с ч.6 ст.38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч.3 ст.28 Закона о рекламе несет рекламоделец.

Рекламоделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

Предполагаемым рекламоделем рассматриваемой рекламы является АО «Газпромбанк», в интересах которого распространена реклама.

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

Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

Предполагаемым рекламораспространителем является оператор подвижной радиотелефонной связи заявителя ПАО «Мегафон».

На основании вышеизложенного усматриваются признаки нарушения ч.3 ст.28 и ч.1 ст.18 Закона о рекламе, выразившегося в распространении 06.10.2021в 12:07 на абонентский номер <...> с короткого номера «GAZPROMBANK» рекламного смс-сообщения *«Оформите кредит наличными не выходя из дома! Ставка от 5,5% годовых, сумма до 5 млн.руб., а до 1 млн. нужен только паспорт. Срок до 7 лет. Условия и заявка на gpb.ru/~creditgpb1 Банк ГПБ (АО). Не является офертой»*, в котором отсутствует такое условие, влияющее на стоимость кредита, как личное страхование заемщика, а также без согласия абонента на получение рекламы.

На основании **пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36** Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, №12, ст. 1232) (далее - Федеральный закон «О рекламе») и в соответствии с **пунктами 24, 25** Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №066/05/28-3968/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Признать лицами, участвующими в деле:
заявитель - <...>;

лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства - **АО «Газпромбанк»** (117420, г. Москва, ул. Намёткина, 16, 1, ОГРН: 1027700167110, дата присвоения ОГРН: 28.08.2002, ИНН: 7744001497, КПП: 772801001) и **ПАО «Мегафон»** (пер. Оружейный, 41, г. Москва, 127006, ОГРН: 1027809169585, дата присвоения ОГРН: 15.07.2002, ИНН: 7812014560, КПП: 770701001).

3. Назначить дело №066/05/28-3968/2021 к рассмотрению на **08 декабря 2021 г. в 15 час. 00 мин.** (время местное) по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314) путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/5483412542>

4. Представить **АО «Газпромбанк»** в срок **до 01 декабря 2021 г.** следующие документы и сведения:

- 1) копии учредительных документов;
- 2) копию утвержденного макета рекламы;
- 3) копии договоров с рекламопроизводителем, рекламораспространителем, включая все имеющиеся приложения,
- 4) сведения о количестве распространенных смс, содержащих аналогичную рекламу (с приложением подтверждающих документов);
- 5) копии документов, отражающих условия, **определяющие** полную стоимость кредита, обозначенного в смс-сообщении, определяемую в соответствии с Федеральным **законом** «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и **влиющие** на нее;
- 6) копии документов, подтверждающих получение согласия абонента <...> на распространение рекламы с короткого номера «GAZPROMBANK» (при наличии);
- 7) копию договора с оператором подвижной радиотелефонной связи (оператор связи заявителя - ПАО «Мегафон») на оказание услуг заказчику рассылки, в рамках которого были распространены спорные смс-сообщения со всеми имеющимися приложениями (при наличии);
- 8) материалы, подтверждающие факт прекращения распространения рекламных смс-сообщений на абонентский номер <...> с короткого номера «GAZPROMBANK» (в случае принятия подобных мер);
- 9) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства.

5. Представить **ПАО «Мегафон»** в срок **до 01 декабря 2021 г.** следующие документы и сведения:

- 1) копии учредительных документов;
- 2) копию договора на услуги по осуществлению рассылки с использованием короткого номера «GAZPROMBANK» с заказчиком рассылки (при наличии, включая все имеющиеся приложения);
- 3) в случае отсутствия договора с заказчиком рассылки - копии документов, подтверждающих получение согласия абонента <...> на распространение рекламы с короткого номера «GAZPROMBANK» (при наличии);
- 4) материалы, подтверждающие факт прекращения распространения рекламных смс-сообщений на абонентский номер <...> с короткого номера «GAZPROMBANK» (в случае принятия подобных мер);
- 5) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства.

Явка АО «Газпромбанк» и ПАО «Мегафон», в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.