

ОПРЕДЕЛЕНИЕ
о прекращении производства
по делу № 033/05/18-1134/2020

02 февраля 2021г.

г. Владимир

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Владимирской области (далее – Владимирское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Ш. – председатель Комиссии (заместитель руководителя Владимирского УФАС России),

М. – заместитель начальника отдела антимонопольного контроля торгов и органов власти, член Комиссии;

В. – ведущий специалист - эксперт отдела антимонопольного контроля торгов и органов власти, член Комиссии,

- представителя АО «Газпромбанк» Д, действующая на основании доверенности от *****, сроком действия до *****,

в отсутствие заявителя К. о времени и месте рассмотрения дела уведомленного надлежащим образом,

лицам, участвующим в деле, разъяснены права, предусмотренные пунктом 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

рассмотрев дело № 033/05/18-1134/2020, возбужденное по признакам нарушения требований ч.1 ст.18 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» по факту распространения 07.10.2020 в 11:13 на абонентский номер +7***** без согласия абонента рекламы, содержащейся в СМС – сообщении следующего содержания «Дмитрий Владимирович, специальное предложение от Газпромбанка до 31.10.2020! 325 000 руб. под 7,5% годовых с финансовой защитой на срок 60 мес. Подробнее на gazprombank.ru/pans или по телефону 88*****. Банк ГПБ (АО). Не оферта»,

установила:

В Управлении Федеральной антимонопольной службы по Владимирской области рассматривается заявление гр. К. (вх.№ 409-кол от 07.10.2020г.) по факту распространения 07.10.2020 в 11:13 на абонентский номер +7***** без согласия абонента рекламы, содержащейся в СМС – сообщении следующего содержания «Дмитрий Владимирович, специальное предложение от Газпромбанка до 31.10.2020! 325 000 руб. под 7,5% годовых с финансовой защитой на срок 60 мес. Подробнее на gazprombank.ru/pans или по телефону 88*****. Банк ГПБ (АО). Не оферта», номер рекламодателя является скрытым, указанное рекламное сообщение распространяется под именем «gazprombank».

Заявитель указывает на нарушение ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В целях установления рекламодателя и рекламодателя указанного объявления, Управлением Федеральной антимонопольной службы по Владимирской области был сделан запрос в адрес оператора связи ООО «Т2 Мобайл» (исх. № 02/4902-мсв от 09.10.2020) .

В ответ на данный запрос была получена информация, что информационно – биллинговой системой ООО «Т2 Мобайл» была зафиксирована отправка смс – сообщения

07.10.2020 в 11:13 на абонентский номер на абонентский номер +7***** от абонента, использующего имя «gazprombank».

Владимирским УФАС также был направлен запрос в адрес АО «Газпромбанк»(исх. №02/6292-мсв от 03.11.2020). В ответ на указанный запрос АО «Газпромбанк» сообщило, что датой отправки указанного смс- сообщения выступает 05.10.2020. По факту поступления смс – сообщения АО «Газпромбанк» проведена проверка, в ходе которой установлено, что смс- сообщение было направлено на номер абонента +7***** вследствие технического сбоя в автоматизированной системе банка, при этом согласие на получение смс – сообщений с целью продвижения банком продуктов и услуг абонентом +7***** не предоставлялось, дальнейшее распространение информации на абонентский номер +7***** прекращено.

В ответ на дополнительный запрос Владимирского УФАС (исх. № 02/6561-мсв от 18.11.2020) АО «Газпромбанк» сообщило, что формирование предварительно одобренного кредитного предложения происходит индивидуально для каждого клиента банка, который соответствует критериям программы кредитования. Предложение формируется на основании автоматического анализа обезличенного клиентского профиля. Таким образом, рассчитывается максимальная сумма кредита, которую банк готов предварительно одобрить конкретному клиенту. Критериями, которые были положены в основу специального предложения являются: наличие согласия клиента банка на обработку персональных данных и на получение информации о продуктах и услугах банка, удовлетворение минимальным необходимым требованиям по возрасту, региону обслуживания, достаточности информации для принятия решения, отсутствие негативной кредитной истории в банке, иные критерии, которые относятся к специфике конкретного клиентского сегмента. При этом, в указанном смс- сообщении содержалось предложение программы потребительского кредитования «Классический кредит».

Согласно полным условиям данной программы, процентная ставка 7,5% годовых, указанная в направленном смс – сообщении применяется при сумме кредита от 50 000 рубле й включительно и до 5 000 000 рублей включительно для следующих категорий заемщиков:

- 1) сотрудники группы ГПБ, группы Газпром и сотрудники организаций с аналогичными условиями кредитования за исключением сотрудников банка ГПБ (АО);
- 2) сотрудники приоритетных организаций;
- 3) клиенты розничного кредитования;
- 4) прочие физические лица.

Также, указанный в смс – сообщении срок кредита «60 месяцев» соответствует п. 3.5 сведений о программе кредитования – «максимальный срок кредита для категории «прочие физические лица» составляет 5 лет».

По указанному факту распространения рекламы 03 декабря 2020 года Управлением было возбуждено производство по делу № 033/05/18-1143/2020 в отношении - АО «Газпромбанк» (ИНН 7744001497, ОГРН 1027700167110, юр. адрес: 117420, г. Москва, ул. Наметкина, д. 16, корпус 1, почтовый адрес: 117418, г. Москва, ул. Новочеремушкинская, д. 63) как рекламораспространителя., по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, о чем вынесено определение № 02/6966-мсв от 03.12.2020 и назначена дата рассмотрения дела на 28 декабря 2020 года.

28 декабря 2020 года состоялось рассмотрение дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 033/05/18-1143/2020. На рассмотрении дела присутствовал представитель АО «Газпромбанк» Д., действующая на основании доверенности *****, сроком действия до *****.

По факту вменяемого нарушения представителем АО «Газпромбанк» было пояснено следующее. К. является клиентом АО «Газпромбанк». В п. 4.3 заключенных между К. и АО «Газпромбанк» договоров банковского вклада К. выразил свое согласие на обработку персональных данных, в связи с чем абонентский номер К. был включен в автоматизированную базу клиентов банка. В целях повышения уровней клиентского сервиса банк на основе индивидуального подхода разрабатывает специальные продуктовые и сервисные предложения. Формирование индивидуальных параметров предложений основывается на автоматизированном анализе клиентского профиля, на основании чего рассчитывается максимальная сумма, предварительно одобренная банком конкретному клиенту. Рассматриваемое смс – сообщение было направлено в рамках индивидуально подобранного продукта. Также представителем АО «Газпромбанк» было указано, что в рассматриваемом смс – сообщении отсутствует такой признак рекламы, как ее предназначенность для неопределенного круга лиц, наряду с этим, смс – сообщение персонализировано, адресовано К. с указанием его имени и отчества, наличие у банка информации о конкретном адресате сообщения, направление в смс – сообщении индивидуального специального предложения.

Определением от 28.12.2020 №02/7523-мсв рассмотрение дела отложено на 02.02.2021 на 10 часов 00 минут, представителю АО «Газпромбанк» предложено предоставить сведения о формировании предложения кредитного продукта К., об исчислении предварительно одобренной К. суммы кредита.

02.02.2021 рассмотрение дела было продолжено. В распоряжение Комиссии были представлены пояснения и сведения о расчете индивидуального предложения. В частности, в пояснениях сообщалось следующее: персональная сумма и ставка кредита для клиента рассчитаны исходя из его социально – демографических данных, региона обслуживания, данных о его депозитарной активности в банке и категории клиента по внутренней классификации банка. В частности, при расчете суммы кредитного предложения были использованы следующие данные:

-Сегмент клиента – прочие хорошие, клиент отнесен к данной категории, поскольку он не является текущим или бывшим зарплатным клиентом банка, текущим заемщиком, текущим вкладчиком, клиент не имеет иных открытых продуктов;

-модельный доход клиента, определенный исходя из суммы депозита, внесенного К. по договору банковского вклада – *****руб;

-допустимая нагрузка клиента в % от дохода – 0,63;

- доступный модельный доход – ***** руб;

- модельные обязательства клиента – *****руб;

- свободный доход ежемесячно, определенный как разность доступного модельного дохода и модельных обязательств – ***** руб;

-ставка годовая – 0,075 – исходя из сегмента клиента;

- ставка ежемесячная – 0,00625 – исходя из сегмента клиента;

- максимальный срок в месяцах – 60;

- рассчитанный лимит – ***** руб;

- рассчитанный лимит (округление) – ***** руб;

- рассчитанная страховка – *****руб;

- сумма на руки – 325 000 руб.

Для формирования данных модели дохода использованы следующие социально – демографические характеристики:

- возраст клиента в годах на дату расчета – *****;

- регион, в котором находится клиент – Владимирская область;

- максимальный приход по депозитам за всю историю договора – ***** руб;
- максимальный остаток по депозитам за всю историю договора - ***** руб.

Для формирования данных модели обязательств использованы следующие социально – демографические характеристики:

- возраст клиента в годах на дату расчета – *****;
- максимальный баланс по всем депозитам за 12 месяцев – 0 руб.

Дополнительно было сообщено, что распространение специальных предложений на номер абонента +7***** прекращено.

Исследовав материалы дела № 033/05/18-1143/2020, Комиссия приходит к следующим выводам.

Согласно положениям статьи 3 Закона о рекламе под рекламой следует понимать информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Объектом рекламирования назван 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

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Объект 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 (пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе).

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 N 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации. Соответственно, экономическая цель размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), - продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

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

"реклама", использованный в части 1 статьи 18 Закона № 38-ФЗ, предполагает значение, отличающееся от общего определения, данного в статье 3 данного Закона, поскольку в нем отсутствует такой признак рекламы, как ее адресованность неопределенному кругу лиц. Информация, передаваемая посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, всегда предполагает индивидуализированного (посредством абонентского номера или уникального кода идентификации) абонента, который ее получает. Соответственно, устанавливая критерий неопределенности круга лиц, которому направляется информация как основание отнесения такой информации к рекламе, следует исходить из непосредственного содержания этой информации и факультативно - из способа распространения информации.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя. Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена. В тексте рекламы присутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация.

Также в письме ФАС России от 27.06.2016 г. № АД/43482/16 поясняется, что в случае направления посредством SMS-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. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение в сообщении (упоминание имени и отчества абонента), представляет интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

В ст. 3 Федерального закона «О рекламе» 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. Направленность рекламы на неопределенный круг оценивается лиц исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку. (Письмо ФАС России от 20.06.2018 № АД/45557/18).

Однако, в распоряжение Комиссии представлены данные, свидетельствующие о персональном и индивидуальном характере предложения услуги АО «Газпромбанк», а именно сведения о наличии предшествующих взаимоотношений К. и АО «Газпромбанк», а также использование последним конкретных социально-демографических характеристик, принадлежащих К. для формирования суммы и ставки кредитного продукта. Таким образом, в распространенной 07.10.2020 в 11:13 на абонентский номер +7***** информации, содержащейся в СМС – сообщении следующего содержания «Дмитрий Владимирович, специальное предложение от Газпромбанка до 31.10.2020! 325 000 руб. под 7,5% годовых с финансовой защитой на срок 60 мес. Подробнее на gazprombank.ru/rans или по телефону 8*****. Банк ГПБ (АО). Не оферта» отсутствует такой признак рекламы, как ее направленность на неопределенный круг лиц, в связи с чем она не может быть признана рекламой.

Исходя из изложенного, исследовав материалы дела № 033/05/18-1143/2020, Комиссия приняла решение об отсутствии рекламного характера у информации, распространенной 07.10.2020 в 11:13 на абонентский номер +7***** посредством СМС – сообщения следующего содержания «Дмитрий Владимирович, специальное предложение от Газпромбанка до 31.10.2020! 325 000 руб. под 7,5% годовых с финансовой защитой на срок 60 мес. Подробнее на gazprombank.ru/rans или по телефону 8*****. Банк ГПБ (АО). Не оферта», в связи с чем положения ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ на нее не распространяются .

Комиссия, руководствуясь подпунктом «а» пункта 40, пунктом 41 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 №1922,

определила:

1. Производство по делу N 033/05/18-1143/2020 по признакам нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе в отношении АО «Газпромбанк» прекратить.

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

Председатель Комиссии

Ш.

Члены Комиссии

М.

В.