

РЕШЕНИЕ

по делу №012/05/18-520/2022

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«13» сентября 2022 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «31» августа 2022 года

Полный текст решения изготовлен: «13» сентября 2022 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>;

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт <...>,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт <...>,

рассмотрев дело №012/05/18-520/2022, возбужденное в отношении ИП Н., по факту распространения на телефонный номер <...> информации рекламного характера о финансовых услугах, без предварительного согласия абонента, содержащей признаки нарушения ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), в отсутствие лиц, привлеченных к участию в деле,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) поступило заявление <...> (вх. №259-А от 16.06.2022) о распространении рекламной информации посредством телефонного звонка без согласия абонента.

В своем заявлении <...> указал, что на его абонентский номер <...> 15.06.2022 в 19 часов 08 минут поступил рекламный телефонный звонок с номера <...>, без предварительного согласия абонента следующего содержания: «Дело в

том, что вам, как добросовестному клиенту наших банков партнеров, Совкомбанк предлагает бесплатную карту «Халва» с кредитным лимитом до 350 тысяч рублей. С ней можно покупать все в рассрочку без процентов и переплат, так же снимать наличные в любом банкомате, совершать переводы и даже получать процент на остаток. «Халва» абсолютно бесплатная, выпуск и годовое обслуживание».

В соответствии со статьей 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.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе объектом рекламирования являются финансовые услуги.

Информация, направленная <...> в виде телефонного звонка, не обращена к конкретному потребителю, из аудио-звонка не следует, что оно было адресовано каким-либо определенным лицам, следовательно, является неперсонифицированной, поскольку невозможно определить заранее какие конкретно лица будут выступать в качестве получателя данной информации, поскольку пользователем телефонного номера может быть не сам абонент, а его родственник, знакомый, которому передано право пользования, а следовательно, получатели информации не могут быть определены.

Таким образом, информация, поступившая <...>, содержит следующие признаки рекламы: звонок сделан посредством подвижной радиотелефонной связи, информация была адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к кредитной карте ПАО «Совкомбанк», формирование и поддержание интереса к данному объекту рекламирования и продвижение его на рынке, и, следовательно, эта информация является рекламной.

Согласно ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.

При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не

докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием, в случае, если будет доказана его вина.

В соответствии с 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.

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.

При рассмотрении заявления антимонопольным органом установлен следующий механизм распространения указанного рекламного звонка.

Марийским УФАС России направлен запрос от 16.06.2022 исх. №03-13/240 в ПАО «МТС» о представлении информации.

Письмом от 20.06.2022 вх. №5024 ПАО «МТС» указало, что между <...> и ПАО «МТС» заключен договор об оказании услуг связи от 19.04.2010.

Также, из данного письма следует, что распространение рассматриваемой рекламной информации осуществлялось ИП Н. (<...>) в рамках договора на оказание услуг связи «МТС» №158302770777 от 01.04.2022.

Кроме того, ПАО «МТС» представило детализацию по телефонному номеру <...> по состоянию на 15.06.2022, тем самым подтвердив поступление телефонного звонка с номера +79867305874.

Антимонопольным органом не установлено и заявителем <...> не подтверждено, что он предоставлял согласие на получение рекламной информации.

Из письменных пояснений ПАО «МТС» от 02.08.2022 вх. №5981 следует, что рассматриваемый телефонный звонок осуществлен по инициативе ИП Н., а ПАО «МТС» лишь осуществило технологические действия, предоставляя техническую возможность совершить телефонный звонок, не осуществляя оценку его содержания.

Из письменных пояснений ПАО «Совкомбанк» от 24.08.2022 вх. №6536 следует, что звонки на абонентский номер <...> 15.06.2022 в 19 часов 08 минут, Банком и партнерами Банка не осуществлялись. Кроме того, договоров об оказании

рекламных услуг с ИП Н. Банк не заключал. Номер телефона <...>, с которого был осуществлен рекламный звонок, не принадлежит ПАО «Совкомбанк», в реестре телефонных номеров Банка и его партнеров отсутствует. Номер телефона <...>, принадлежащий <...>, не зарегистрирован в рассылках Банка. ПАО «Совкомбанк» осуществляет коммуникации исключительно с Клиентами, которые предоставляли на это согласие и не выразили отказ об обработки персональных данных.

Также, ПАО «Совкомбанк» поясняет, что сообщение о возможном максимальном лимите по кредитной карте не может считаться таковым условием, поскольку лимит кредитной карты определяется индивидуально, исходя из критериев Банка. Кроме того, при использовании кредитной карты, стоимостью кредита является не доступный лимит, а фактически потраченные заемные средства. По мнению общества, в указанной рекламе не содержатся условия, влияющие на полную стоимость кредита, а значит отсутствует состав административного правонарушения.

В соответствии с пунктом 15 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

Таким образом, распространение рекламы по сетям электросвязи должно осуществляться только при наличии согласия абонента или адресата на получение рекламы.

Также, в соответствии с Письмом ФАС России №АК/13563/16 от 03.03.2016, согласие должно носить явно выраженный характер и не может быть выполнено в форме согласия на получение какой-либо иной информации.

Буквальное толкование изложенных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

Требование законодателя относительно обязанности рекламодателя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов императивно и, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы. Соответственно, для приобретения законного права на направление абоненту рекламы лицо должно предварительно получить от потребителя явно выраженное согласие, а только потом осуществлять соответствующую рассылку.

При этом из содержания ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе следует, что абонент должен совершить активное действие по выражению своего желания на получение рекламной информации от конкретных лиц по сетям электросвязи.

Вместе с тем, <...> не выражал согласия на получение рекламной информации, а, следовательно, при распространении данной рекламы нарушены требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что заявителю озвучена информация о возможности получения карты рассрочки «Халва» с суммой до 350 000 рублей без процентов, с вероятностью получения процента на остаток.

Согласно п. 2 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», под финансовой услугой понимается 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.

В случае, если реклама указывает на предоставление финансовых услуг: «кредит», такую рекламу следует рассматривать как рекламу финансовых услуг и на нее распространяются требования ст. 28 Закона о рекламе (Письмо ФАС России от 08.11.2007 №АК/21149).

Из письма ФАС России от 31.07.2014 №АД/30890/14 «О рекламе финансовых услуг» следует, что 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.

Рассматриваемая реклама содержит только информацию о сумме кредита – до 350 000 рублей без процентов, с вероятностью получения процента на остаток, а также – до 1 млн. рублей без процентов.

Вместе с тем, рассматриваемая реклама не доводит до сведения потребителя информацию о ставке по кредиту, сроке действия договора потребительского кредита (займа) и сроке возврата потребительского кредита (займа).

Указание всех условий, определяющих полную стоимость займа, определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющих на нее, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей и является существенной для потребителя информацией.

Принимая во внимание, что рассматриваемая реклама была направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами по приобретению и использованию карты рассрочки «Халва» с лимитом до 350 000 рублей, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламируемом товаре приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы финансовых услуг, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях предоставления услуги, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

При изложенных обстоятельствах можно сделать вывод, что рассматриваемая реклама распространена с нарушениями ч. 7 ст. 5 и ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 7 ст. 5, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18.

Таким образом, антимонопольным органом в настоящее время установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Н.

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о

прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, на момент вынесения решения в материалы дела не представлены документальные доказательства, отражающие факт устранения нарушения законодательства о рекламе.

На основании указанного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП Н.

Руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с п. 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную с использованием телематических средств связи без согласия абонента, следующего содержания: *«Дело в том, что вам, как добросовестному клиенту наших банков партнеров, Совкомбанк предлагает бесплатную карту «Халва» с кредитным лимитом до 350 тысяч рублей. С ней можно покупать все в рассрочку без процентов и переплат, так же снимать наличные в любом банкомате, совершать переводы и даже получать процент на остаток. «Халва» абсолютно бесплатная, выпуск и годовое обслуживание»* 15.06.2022 в 19 часов 08 минут на абонентский номер +79877176743 поскольку она не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП Н. (<...>) обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель

Члены Комиссии