РЕШЕНИЕ

по делу №3-18-32/00-08-14

«11» августа 2014 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе <...>,

рассмотрев дело № №3-18-32/00-08-14 о распространении рекламы финансовых услуг ОАО «Сбербанк России» в феврале 2014 года путем рассылки смс-сообщений,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ОАО «Сбербанк России (117997, г. Москва, ул. Вавилова, д.19; ИНН 7707083893; КПП 775001001; ОГРН 1027700132195; дата регистрации: 16.08.2002)— представитель по доверенности Жилина Н.С. (доверенность б/н от 14.02.2014),

УСТАНОВИЛА:

В отношении ОАО «Сбербанк России» была проведена внеплановая документарная проверка в соответствии с распоряжением ФАС России исх. № ЦА/16310/14 от 24.04.2014, по результатам которой установлено, что реклама финансовых услуг ОАО «Сбербанк России» распространялась в феврале 2014 года путем рассылки смс-сообщений.

В ходе проверки устанавливалось соблюдение требований части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Федеральный закон «О рекламе») при распространении рекламной информации в адрес гражданина.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Федерального 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 ходе проверки у общества были запрошены документы, необходимые для установления факта нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Из представленной ОАО «Сбербанк России» информации следует, что в 2011 г. гражданка <...> подписала договор о сберегательном счете с ОАО «Сбербанк России» и является клиентом банка. При этом банк вправе направлять информационные сообщения клиенту на основании согласия полученного в договоре о сберегательном счете. Клиент вправе отказаться получения от смс-сообщений информационного характера посредством обращения в отделение банка, письменно изложив свою просьбу, позвонить в контактный центр банка, направить сообщение на официальный электронный адрес банка.

В своей жалобе <...> указала, что в октябре 2013 года закрыла все счета в Сбербанк России и тем самым перестала являться их клиентом, и обратилась в Сбербанк России с требованием прекратить рекламную рассылку на ее абонентский номер <...> о чем свидетельствуют смс-сообщения Сбербанка России от 29.12.2013 и 31.12.2013 о регистрации ее жалобы и завершении ее рассмотрения.

Таким образом, требование <...> было удовлетворено ОАО «Сбербанк России».

Вместе с тем согласно дополнительно представленным <...> материалам 11.02.2014 в 17:25 на ее абонентский номер поступило смс-сообщение следующего содержания:

«<...>, специально для Вас подготовлен кредит до 1.5 млн руб. по ставке 22.5% годовых. Узнайте подробности в любом отделении Сбербанка. Назовите пароль 1563683945Р. Ваш Сбербанк».

В соответствии со статьей 3 Федерального 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; 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.

В силу пункта 1 и пункта 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» информация о предоставлении кредита по ставке 22.5% годовых, размещенная в смс-сообщении и отправленная гражданке <...>, является рекламой финансовых услуг, поскольку направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – кредиту по ставке 22.5% годовых, формированию и поддержанию интереса к нему и его продвижению на рынке, а так же лицу его оказывающему услугу – ОАО «Сбербанк России».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального 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 неопределённым 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, и о которых заранее не известно откликнутся ли они на рекламное послание по поводу объекта рекламирования (например, приобретут ли рекламируемый товар).

Абоненты, получившие смс-сообщения банка, в том числе один из абонентов, составляют такой неопределённый круг, поскольку заранее не известно ознакомятся ли абоненты с смс-сообщением об услугах ОАО «Сбербанк России» и вступят ли в конкретные правоотношения по поводу получения кредита.

По смыслу законодательного определения рекламы, рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок.

Данные признаки содержатся в информации, направленной ОАО «Сбербанк России» <...> - абоненту мобильной связи, посредством смс-сообщения. Информация об услугах банка распространялась среди неопределенного круга лиц, была направлена на привлечение внимания к услугам банка и формирование интереса к ним. Такая информация отвечает законодательному определению рекламы и является рекламой.

Из нормы части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» следует, что отсутствие согласия абонента на получение рекламы предполагается, если иное не доказано рекламораспространителем.

Федеральный 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 либо рекламораспространителя.

Таким образом, согласие абонента на получение рекламы должно, во-первых, относиться к конкретному рекламодателю либо рекламораспространителю, во вторых – должно быть выражено явно.

Из представленных ОАО «Сбербанк» документов следует, что гражданка <...> является клиентом ОАО «Сбербанк» с 2011 года по настоящее время. Согласие абонента +7(926) 418-0330 (<...>) было получено Банком по договору № 40817.810.2.3826.4005000 о сберегательном счете (п. 3.6) и заявления на получение международной карты Сбербанк России.

Представитель ОАО «Сбербанк» пояснила, что от гражданки <...> 29.12.2013 поступило обращение с требованием прекратить рассылку любых информационных сообщений от ОАО «Сбербанк». Рассмотрение обращения было

завершено 31.12.2013, о чем Банк проинформировал гражданку <...> посредством направления смс-сообщения.

Однако 11.02.2014 гражданкой <...> вновь было получено смс-сообщение рекламного характера, не смотря на зарегистрированный и исполненный отказ от получения смс-сообщений от отправителя ОАО «Сбербанк».

Из объяснений представителя ОАО «Сбербанак» следует, что указанное рекламное сообщение было направлено гражданке <...> в связи с внутренними техническими проблемами ОАО «Сбербанк», которые не позволили своевременно произвести исключение гражданки <...> из списка адресатов информационной смс-рассылки.

Вместе с тем в силу требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

<...> выразила отказ от получения рекламы ОАО «Сбербанк» посредством смс-сообщений явно.

Вместе с тем ОАО «Сбербанк» направил смс-сообщение рекламного характера на абонентский номер <...> после её явного отказа.

Таким образом, распространение смс-рекламы услуг ОАО «Сбербанк России» посредством смс-сообщения в феврале 2014 года по сети электросвязи осуществлялось без согласия абонента с признаками нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

ОАО «Сбербанк России» принял Регламент № 1890 от 06 мая 2010 по проведению рекламно-информационных смс-рассылок клиентам Банка, утвержденный Старшим вице-президентом ОАО «Сбербанк России» Д.А. <...> Настоящий документ определяет порядок взаимодействия подразделений банка в процессе подготовки и проведения рекламно-информационных акций путем рассылки смс-сообщений клиентам банка.

Согласно указанному Регламенту формирование текстов смс-сообщений и итоговых списков рассылки, а также выполнение самой смс-рассылки осуществляется подразделениями банка.

Таким образом, ОАО «Сбербанк России» (117997, г. Москва, ул. Вавилова, д.19; ИНН 7707083893; КПП 775001001; ОГРН 1027700132195; дата регистрации: 16.08.2002) является рекламодателем и рекламораспространителем указанной рекламы.

Руководствуясь частью 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации «О рекламе»,

РЕШИЛА:

-
  -
    - Признать рассылку информационного смс-сообщения гражданке <...> нарушающей часть 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», поскольку смс-сообщение рекламного характера было направлено гражданке <...> без её предварительного согласия.
    - Выдать ОАО «Сбербанк» предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ОАО «Сбербанк».

Решение изготовлено в полном объеме 13 августа 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе

по делу № 3-18-32/00-08-14

«11» августа 2014 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...>

на основании своего решения от 11 августа 2014г. по делу № 3 18 32/00 08 14 о признании ОАО «Сбербанк России» нарушившим часть 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы услуг банка по сети подвижной радиотелефонной связи посредством смс-сообщения без согласия абонента, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

- ОАО «Сбербанк России» (117997, г. Москва, ул. Вавилова, д.19; ИНН 7707083893; КПП 775001001; ОГРН 1027700132195; дата регистрации: 16.08.2002) прекратить нарушение требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в распространении смс сообщения рекламного характера без получения предварительного согласия абонента.

Срок исполнения предписания 15 дней со дня получения настоящего предписания.

2. ОАО «Сбербанк России» представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 22 сентября 2014 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на юридических лиц штраф в размере от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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