

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть оглашена «16» июня 2014 г.

Решение изготовлено в полном объеме «23» июня 2014 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Муравьев С.Е. — заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);
Стрельников Д.Ю. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

Члены Комиссии: Жукова Е.А. — главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

рассмотрев дело № 08-21/17-14, возбужденное в отношении Коммерческого Банка «СОФРИНО» (ЗАО) (адрес: 125009, г. Москва, Леонтьевский пер., д. 2А, стр. 2) (далее – Банк «СОФРИНО»), в отсутствие представителя Банка «СОФРИНО», ХХХ., извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела № 08-21/17-14,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило переданное из ФАС России (письмо от 14.03.2014 № АК/9254/14), зарегистрированное 26.03.2014 за вх. № 3033, обращение ХХХ о поступлении на принадлежащий заявителю абонентский номер ХХХ СМС-сообщения с рекламой следующего содержания: *«АКЦИЯ! Новый год 2014 – в Новый год с Новыми подарками! Вклады под 10,2 % годовых от БАНКА «СОФРИНО» (ЗАО) и плазменный телевизор, пылесос, микроволновка в подарок! Подробнее по тел. 8800701751 (звонок бесплатный), в офисах Банка или на сайте www.sofrinobank.ru», с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 1 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», выразившимися в распространении СМС-рекламы без предварительного согласия абонента или адресата на её получение, а также в отсутствии в рекламе наименования лица, оказывающего финансовые услуги, а также в умалчивании 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.*

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к вкладу, предоставляемому Банком «СОФРИНО», содержит существенные условия оказания финансовой услуги («под 10,2 % годовых») и создает впечатление, что какие-либо иные условия, оказания рекламируемой финансовой услуги, отсутствуют.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг 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.

Так как указание в рассматриваемой рекламе условий оказания финансовой услуги направлено на формирование у потенциального вкладчика желания воспользоваться финансовой услугой - вкладом, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о финансовой услуге приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым вкладом.

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

В соответствии с абзацем вторым пункта 24 постановления Пленума ВАС Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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.

Учитывая изложенное, в рассматриваемой рекламе должны были быть указаны все существенные условия привлечения рекламируемого вклада.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи», абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Абонентский номер ХХХ выделен ОАО «МегаФонХХХ на основании договора об оказании услуг связи.

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 рекламодателя.

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

Доказательств получения предварительного согласия конкретного абонента, а именно ХХХ, на получение рекламы услуг Банка «СОФРИНО», равно как и иной рекламы от иных лиц в ходе рассмотрения дела не представлено.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 1 статьи 18, части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» при распространении СМС - сообщения с рассматриваемой рекламой.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 1 статьи 18, части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».
2. В связи с наличием сведений об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, предписание не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном

правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

С.Е. Муравьев

**Члены
Комиссии**

Д.Ю. Стрельников

Е.А. Жукова