

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть оглашена «05» 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: Азаренко А.А. — 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 № 08-21/19-13, возбужденное по факту распространения СМС-сообщения с рекламой следующего содержания: *«Кристина Вадимовна, ВОЗЬМИТЕ КРЕДИТ до 1500 000 рублей БЕЗ КОМИССИЙ под 22,5% годовых. Узнайте в любом отделении. Пароль 2780091150. Не оферта. Ваш Сбербанк»*, с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006

№ 38-ФЗ «О рекламе», выразившимися в распространении рекламы без предварительного согласия абонента на получение рекламы, не содержащей сведений о наименовании лица, оказывающего финансовую услугу, а также в отсутствии в рекламе всех существенных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее и СМС-сообщения с рекламой следующего содержания: *«СБЕРБАНК РОССИИ: Кристина Вадимовна, хотите надежно преумножить свои сбережения с доходом до 10% годовых? 1 000 000 клиентов уже вложили средства выгодно! Звоните»*, 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 № 38-ФЗ «О рекламе» выразившимися в распространении рекламы без предварительного согласия абонента на получение рекламы, не содержащей сведений о наименовании лица, оказывающего финансовую услугу, а также в отсутствии в рекламе всех существенных условий, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся рекламируемым вкладом лица или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся указанным вкладом лица в отношении Открытого акционерного общества «Сбербанк России» (адрес: 117997, г. Москва, ул. Вавилова, д. 19) (далее – ОАО «Сбербанк России», Банк),

в присутствии представителя Открытого акционерного общества «Сбербанк России» (далее - ОАО «Сбербанк России», Банк) - <...>,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступили обращения

<...> о поступлении на принадлежащий ему абонентский номер <...> рекламных СМС-сообщений без предусмотренного частью 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы, в ходе рассмотрения которых Московским областным УФАС России было установлено следующее.

06.06.2013 в 14:01 на принадлежащий <...> абонентский номер <...> поступило СМС-сообщение с рекламой следующего содержания: «<...>, **ВОЗЬМИТЕ КРЕДИТ до 1500 000 рублей БЕЗ КОМИССИЙ под 22,5% годовых. Узнайте в любом отделении. Пароль 2780091150. Не оферта. Ваш Сбербанк**» (далее – реклама №1), с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившимися в распространении рекламы без предварительного согласия абонента на получение рекламы, не содержащей сведений о наименовании лица, оказывающего финансовую услугу, а также в отсутствии в рекламе всех существенных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

26.06.2013 в 15:38 на принадлежащий <...> абонентский номер <...> поступило СМС-сообщение с рекламой следующего содержания: «**СБЕРБАНК РОССИИ: Кристина Вадимовна, хотите надежно преумножить свои сбережения с доходом до 10% годовых? 1 000 000 клиентов уже вложили средства выгодно! Звоните**», (далее – реклама № 2) 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 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившимися в распространении рекламы без предварительного согласия абонента на получение рекламы, не содержащей сведений о наименовании лица, оказывающего финансовую услугу, а также в отсутствии в рекламе всех существенных условий, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся рекламируемым вкладом лица или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся указанным вкладом лица.

Согласно позиции ОАО «Сбербанк России», информация, содержащаяся в рассматриваемых СМС-сообщениях, носит персонифицированный характер (указаны имя и отчество владельца абонентского номера <...>) и не является рекламой.

Из объяснений ОАО «Сбербанк России» следует, что СМС-сообщение с рекламой № 1 было направлено на абонентский номер <...> в рамках активных продаж потребительских кредитов существующим клиентам ОАО «Сбербанк России», которая проходила в период с 03.06.2014-30.09.2013. Выбор клиента был осуществлен по параметрам: пол, возраст, обороты по имеющимся счетам, не входит в стоп-лист.

Согласно объяснениям ОАО «Сбербанк России», СМС-сообщение с рекламой № 2 было направлено на абонентский номер <...> в рамках Компании вторичных продаж сберегательных сертификатов, вкладов ОнЛ@йн существующим розничным клиентам, которая проходила в период с 24.06.2013-08.07.2013.

Согласие на получении рекламных и информационных сообщений на абонентский номер <...> было предоставлено клиентом Банка при подписании заявления на получение банковской карты. Клиент, предоставивший согласие на получении рекламных и информационных сообщений на абонентский номер <...>, не выполнил условия использования карты, в соответствии с которыми клиент обязуется информировать Банк об изменениях данных, указанных в заявлении, в связи с чем у Банка не было оснований не направлять СМС-сообщение с рекламой № 1 на указанный в заявлении абонентский номер <...>. Направление СМС-сообщения с рекламой № 2 после обращения <...> в Банк с заявлением об отключении его от СМС-рассылки, было осуществлено в связи с технической ошибкой.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, 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.

Согласно письму ФАС России от 25.06.2013 исх. № АК/24455/13, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному списку. Информация, указанная в рассматриваемых СМС-сообщениях, содержит сведения об услугах ОАО «Сбербанк России» обобщенного характера. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на упоминание имени и отчества абонента, представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

Реклама № 1 направлена на привлечение внимания к кредиту, предоставляемому ОАО «Сбербанк России», содержит существенные условия предоставления кредита, влияющие на его стоимость («до 1500 000 рублей под 22,5% годовых») и создает впечатление, что какие-либо иные условия, влияющие на фактическую стоимость кредита, отсутствуют.

Согласно пункту 25 Постановления Пленума ВАС Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», к условиям, влияющим на стоимость кредита, в том числе, относятся условия о сумме и сроке кредита.

Альбомом кредитных продуктов, предоставляемых ОАО «Сбербанк России», от 25.05.2011 № 2139-1, утвержденным протоколом Комитета ОАО «Сбербанк России» по розничному бизнесу от 25.05.2011 № 47/2, определены следующие условия предоставления кредита, указанного в рекламе № 1:

- минимальный срок предоставления кредита – 6 месяцев,
- максимальный срок предоставления кредита - 60 месяцев;
- минимальная сумма кредита – 45 000 рублей;
- максимальная сумма кредита – 1 500 000 рублей.

Таким образом, реклама № 1 не содержала всех условий определяющих расходы заемщика по кредитному договору и влияющих на них.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

Так как указание в рассматриваемой рекламе условий предоставления кредита направлено на формирование у потенциального заемщика желания воспользоваться финансовой услугой - кредитованием, 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 кредите приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым кредитом.

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.

Учитывая изложенное, в рекламе № 1 должны были быть указаны все существенные условия, влияющие на стоимость рекламируемого кредита.

Реклама № 2 направлена на привлечение внимания к сберегательному сертификату ОАО «Сбербанк России», указывает на возможность получения дохода «до 10% годовых» и создает впечатление, что указанная в рекламе процентная ставка может быть предоставлена Банком независимо от суммы и срока вклада..

Приложением к постановлению правления ОАО «Сбербанк России» от 26.04.2013 № 478§25а установлены следующие процентные ставки по сберегательным сертификатам ОАО «Сбербанк России» в рублях:

% годовых

Номинал, рублей	Срок (дней)				
	91-180	181-365	366-730	731-1094	1095
От 10000 до 50000	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
От 50000 до 1000000	5,50	6,50	8,00	9,00	9,25
От 1000000 до 8000000	6,00	7,00	8,50	9,50	9,50
От 8000000 до 100000000	6,50	7,50	9,00	9,50	9,75
От 100000000	6,75	8,00	9,25	9,75	10,00

Таким образом, указанная в рекламе № 2 привлекательная процентная ставка 10% годовых предоставляется вкладчику только при соблюдении следующих условий:

- сумма вклада от 100 000 000 рублей;

- срок вклада 1095 дней.

В соответствии с пунктом 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.

Отсутствие в рекламе всех условий, влияющих на сумму доходов, которые получают держатели сертификата или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся указанным вкладом лица, искажает смысл информации о рекламируемом банковском продукте, в том числе об условиях его приобретения и использования, и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

В соответствии с частью 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.

Учитывая изложенное, в рассматриваемой рекламе должны были быть указаны все существенные условия, при соблюдении которых доходность сберегательного сертификата составит 10% годовых.

Согласно части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

В соответствии с пунктом 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации, наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму.

Указанные в рекламе №№ 1 и 2 обозначения «СБЕРБАНК РОССИИ» и «Сбербанк» не являются наименованием лица, оказывающего финансовые услуги.

Таким образом, реклама №№ 1 и 2 не содержала наименования лица, оказывающего финансовые услуги.

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 рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким

требованием.

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.

На момент поступления СМС-сообщений с рекламой №№ 1 и 2 абонентский номер <...> был выделен ОАО «Вымпел-Коммуникации» <...> на основании договора об оказании услуг связи.

Доказательств получения предварительного согласия конкретного абонента, а именно <...>, на получение рекламы услуг ОАО «Сбербанк России», равно как и иной рекламы от иных лиц в ходе рассмотрения дела не представлено.

Кроме того, согласно материалам дела, 09.06.2014 <...> обратился в ОАО «Сбербанк России» с требованием прекратить рассылку СМС-сообщений на принадлежащий ему абонентский номер <...>.

Вместе с тем, 26.06.2013 в 15:38 ОАО «Сбербанк России», в нарушение требований части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», было направлено СМС-сообщение с рекламой № 2 на принадлежащий <...> абонентский номер <...>.

Таким образом, рассматриваемые СМС-сообщения были направлены на абонентский номер <...> без предварительного согласия абонента.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» при распространении СМС - сообщений с рекламой № 1 и части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 1 и пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» при распространении СМС - сообщений с рекламой № 2.

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

рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев в судебном порядке.

Председатель Комиссии

А.А. Азаренко

Д.Ю. Стрельников

Члены Комиссии

Е.А. Жукова