

ответчики: КБ «ЛОКО-Банк» (ЗАО)

ул. Госпитальная, д. 14
г. Москва, 111250

ОАО «Мегафон»

Кадашевская набережная, д. 30,
г. Москва, 115035

ЗАО «МегаЛабс»

ул. Б. Ордынка, д. 40, стр. 4
г. Москва, 119017

ООО «СМС-трафик»

ул. Тверская, д. 9, стр. 7
г. Москва, 125009

заявитель: <...>

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/53-14

«27» ноября 2014 года

г. Москва

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);

Члены Комиссии: Жукова Е.А. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;
Мильский А.С. — ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/53-14, возбужденное по факту поступления 11.08.2014 в 10:54 на абонентский номер <...>, принадлежащий <...> (отправитель: ЛОКОВАНК, СМС-центр: +79262000331), СМС-сообщения с рекламой следующего содержания: *«Уважаемый Сергей Викторович, только 4 дня с 11 по 14 августа у ВАС есть уникальная*

возможность получить кредит по специальной ставке от 19,9 % годовых» Ваш промо-код 0714. Мы ждем вас в наших офисах КБ ЛОКО-Банк (ЗАО), 88002505050, <http://www.lockobank.ru/>», с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 3 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 умалчивании об иных условиях, определяющих полную стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее, в отсутствие лиц участвующих в деле, извещенных о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение <...> о направлении 11.08.2014 в 10:54 на абонентский номер заявителя <...> СМС-сообщения (отправитель: ЛОКОBANK, СМС-центр: +79262000331) с рекламой следующего содержания: *«Уважаемый <...>, только 4 дня с 11 по 14 августа у ВАС есть уникальная возможность получить кредит по специальной ставке от 19,9 % годовых» Ваш промо-код 0714. Мы ждем вас в наших офисах КБ ЛОКО-Банк (ЗАО), 88002505050, <http://www.lockobank.ru/>», без предусмотренного частью 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.*

В ходе рассмотрения обращения установлено, что при распространении указанной рекламы также усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе, выразившиеся в умалчивании в рекламе об иных условиях, определяющих полную стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

Из объяснений КБ «ЛОКО-Банк» (ЗАО) следует, что <...> является клиентом Банка, согласие на получении рекламных и информационных СМС-сообщений на абонентский номер <...> было предоставлено заявителем при направлении в адрес Банка заявления на получение кредита.

По мнению КБ «ЛОКО-Банк» (ЗАО), указанное СМС-сообщение не является рекламой.

Согласно позиции ЗАО «МегаЛабс» рассылка была произведена по заказу ООО «СМС Трафик» на основании договора от 31.10.2013 № МР-СМСТ-311013.

В соответствии с письменными объяснениями ООО «СМС-трафик» оригинатором отправки является КБ «ЛОКО-Банк» (ЗАО), которому на основании договора № 229/13 от 01.05.2013 предоставлен канал для самостоятельной отправки СМС – сообщений.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

Согласно письму ФАС России от 25.06.2013 № 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 рассматриваемом СМС-сообщении, содержит сведения об услугах КБ «ЛОКО-Банк» (ЗАО) обобщенного характера. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на упоминание имени и отчества абонента, представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к кредиту, предоставляемому КБ «ЛОКО-Банк» (ЗАО), содержит существенные условия предоставления кредита, влияющие на его стоимость (*«по специальной ставке от 19,9 % годовых»*) и создает впечатление, что какие-либо иные условия, влияющие на фактическую стоимость кредита, отсутствуют.

Согласно пункту 25 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда 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, относится условие о сумме и сроке кредита.

Таким образом, рассматриваемая реклама не содержала всех условий определяющих расходы заемщика по кредитному договору и влияющих на них, а именно сумму кредита, срок кредита.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе (в редакции, действовавшей на дату получения СМС-сообщения заявителем), если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием 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 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.

Учитывая изложенное, в рассматриваемой рекламе должны были быть указаны все существенные условия, влияющие на стоимость рекламируемого кредита, а именно сумма и срок кредита.

В соответствии с частью 1 статьи 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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель 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.

Абонентский номер <...> выделен ОАО «МегаФон» <...> на основании договора об оказании услуг связи.

В соответствии с пунктом 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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 <...> на получение рекламы услуг КБ «ЛОКО-Банк» (ЗАО), равно как и иной рекламы от иных лиц в ходе рассмотрения дела не представлено. Представленная заполненная заявка на получение <...> автокредита не предусматривает согласия абонента на получение рекламных СМС – сообщения.

Учитывая изложенное, направление рассматриваемого СМС-сообщения на принадлежащий заявителю абонентский номер без предварительного согласия не соответствует требованиям части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении указанного СМС - сообщения.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона 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 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать КБ «ЛОКО-Банк» (ЗАО) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «СМС-трафик» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 изготовлено в полном объеме «11» декабря 2014 г.

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

Председатель Комиссии

С.Е. Муравьев

Члены Комиссии

Е.А. Жукова

А.С. Мильский