

ответчики: НБ «ТРАСТ» (ОАО)

ул. Спартаковская, д. 5, к. 1,
г. Москва, 105066

ПАО «Мегафон»

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

ул. Вятская, д. 27, стр. 42,
г. Москва, 127015

ООО «ОСК»

ул. Летниковская, д. 10, стр. 1,
г. Москва, 115114

ЗАО «МЕГАЛАБС»

пер. Казачий 2-й, д. 11, к. 1,
г. Москва, 119180

заявитель: <...>

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/32/1-15

«28» сентября 2015 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: Стрельников Д.Ю. — заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);

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

рассмотрев дело № 08-21/32/1-15, возбужденное по факту направления 18.03.2015 в 16:10 на абонентский номер <...>, принадлежащий гр. <...> (отправитель: *TRUST BANK*) с рекламой следующего содержания: «<...>! Новая линейка вкладов банка «ТРАСТ» - до 16% в руб., до 6,25% в

долл. И до 5,75% в евро. Отличные условия, широкие возможности! Под защитой государства!

НБ «ТРАСТ» (ОАО). Лицензия ЦБ РФ №3279. 84959692616 www.trust.ru», с признаками нарушения ч. 1 ст. 18, ч. 7 ст. 5, ч. 1 и п.2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившимися в распространении рекламы в отсутствие согласия абонента на её получение, а так же 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,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение гр. <...> о направлении 18.03.2015 в 16:10 на абонентский номер заявителя <...> СМС-сообщения (отправитель: *TRUST BANK*) с рекламой следующего содержания: «<...>! *Новая линейка вкладов банка «ТРАСТ» - до 16% в руб., до 6,25% в долл. И до 5,75% в евро. Отличные условия, широкие возможности! Под защитой государства!* НБ «ТРАСТ» (ОАО). Лицензия ЦБ РФ №3279. 84959692616 www.trust.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 установлены признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении указанного СМС-сообщения, выразившиеся в отсутствии в рекламе наименования лица, оказывающего финансовые услуги, а также в умалчивании об иных условиях, определяющих полную стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

Согласно позиции НБ «ТРАСТ» (ОАО) (далее – Банк «ТРАСТ»), он не является рекламораспространителем, рассматриваемая реклама распространялась на основании договора № sms-42/12-12 от 01.12.2012, заключенного между Банком «ТРАСТ» и ООО «ОСК».

В соответствии с объяснениями ПАО «Мегафон», отправка рассматриваемого СМС-сообщения осуществлена ЗАО «МЕГАЛАБС» на основании Дополнительного соглашения № 42-4 к Генеральному соглашению от 30 апреля 2010 года, заключенного между ПАО «Мегафон» и ЗАО «МЕГАЛАБС».

Из пояснений ЗАО «МЕГАЛАБС» следует что рассылка рассматриваемой СМС-рекламы осуществлялась ООО «ОСК» в рамках договора № МР-МИ-ОСК-10.10.2014 от 10.10.2014.

Согласно письменным объяснениям ООО «ОСК», инициатором рассылки указанного сообщения является Банком «ТРАСТ» на основании договора № sms-42/12-12 от 01.12.2012, заключенного между

Банком «ТРАСТ» и ООО «ОСК», в рамках которого Банку «Траст» предоставлен канал для самостоятельной рассылки СМС-сообщений.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, 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 Банка «ТРАСТ» обобщенного характера и является рекламой.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к вкладу, предоставляемому Банком «ТРАСТ», содержит существенные условия оказания финансовой услуги («до 16% в руб., до 6,25% в долл. И до 5,75% в евро») и создает впечатление, что какие-либо иные условия, оказания рекламируемой финансовой услуги, отсутствуют.

В соответствии с приложением № 8 к Приказу № 312 от 13.03.2015 Временной администрации по управлению НБ «ТРАСТ» (ОАО), указанные рекламе процентные ставки по вкладу предоставляются при соблюдении следующих условий:

- «до 16% в руб» при сумме вклада 10 000 000 рублей на срок от 91 до 367 дней;

- «до 6,25% в долл.» при сумме вклада 100 000 долларов США на срок от 181 до 367 дней;

- «до 5,75% в евро» при сумме вклада 100 000 евро на срок от 91 до 367 дней.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе были указаны только привлекательные условия вклада: максимальные размеры процентных ставок по вкладу. Вместе с тем, условия, которые позволили бы потребителю в полном объеме оценить приемлемость условий привлечения денежных средств во вклад «VIP-клиент 2015», в рассматриваемой рекламе отсутствуют.

Поскольку распространенная Банком «ТРАСТ» реклама финансовой услуги, а именно вклада, направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

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.

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

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 предоставления рекламируемого вклада.

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 распространённой 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.

Согласно пункту 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.

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 рекламораспространителя.

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

В ходе рассмотрения дела Комиссией установлено, что между Банком «ТРАСТ» и <...> был заключен Договор срочного склада «Сезонный» № <...> от 26.10.2010 года, согласно пункту 6.10 которого при подписании договора клиент соглашается в том числе на обработку персональных данных на период действия договора и на 3 года после окончания его действия, а также на получение информирования о банковских услугах.

Вместе с тем, Заявитель 31.01.2015 обратился в Банк «ТРАСТ» с требованием прекратить использование его персональных данных.

27.02.2015 <...> поступило письмо от Банка «ТРАСТ» об исключении телефонного номера Заявителя из программного обеспечения Банка.

Учитывая изложенное, на дату получения Заявителем рекламного СМС-сообщения, у Банка «ТРАСТ» отсутствовало согласие <...> на получение СМС-рекламы Банка.

Таким образом, рассматриваемая СМС-реклама распространялась без предусмотренного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе согласия абонента.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 1 статьи 18, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 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 1 статьи 18, части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать НБ «ТРАСТ» (ОАО) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. 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 «12» октября 2015 г.

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

Председатель Комиссии

Д.Ю. Стрельников

Члены Комиссии

Е.А. Жукова

Горбанева В.В.