

ответчик: ПАО МОСОБЛБАНК

ул. Семеновская Б., д. 32, стр. 1,
г. Москва, 107023

ПАО «Мобильные
ТелеСистемы»

ул. Марксистская, д. 4,
г. Москва, 109147

заявитель: <...>

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/36-15

«27» июля 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 № 08-21/36-15, возбужденное по факту поступления 13.05.2015 в 13:29 на принадлежащий <...> абонентский номер <...> СМС-сообщения (отправитель: *MOSOBLBANK*, СМС-центр: +79168960390) с рекламой следующего содержания «<...>, отличные ставки по вкладу *Весенний процент – 15% годовых в рублях за полгода; в валюте до 5,5% годовых.* ПАО *МОСОБЛБАНК* 88002001415 <http://mosoblbank.ru/retail/deposit/promo/?vesna=1>», с признаками нарушения части 1 статьи 18, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ПАО МОСОБЛБАНК (далее - Мособлбанк) (место нахождения: 107023, г. Москва, ул. Семеновская Б, д. 32, стр. 1), <...>;

в отсутствие ПАО «Мобильные ТелеСистемы» и заявителя, надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение гр. <...> о направлении 13.05.2015 в 13:29 на абонентский номер заявителя <...> СМС-сообщения (отправитель: *MOSOBLBANK*, *СМС-центр*: +79168960390) с рекламой следующего содержания «<...>, отличные ставки по вкладу *Весенний процент – 15% годовых в рублях за полгода; в валюте до 5,5% годовых.* ПАО *МОСОБЛБАНК 88002001415* <http://mosoblbank.ru/retail/deposit/promo/?vesna=1>», без предусмотренного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.

В ходе рассмотрения указанного обращения установлено, что при распространении указанной рекламы также усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, выразившимися в распространении рекламы без указания в рекламе всех существенных условий, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся рекламируемым вкладом лица или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся указанным вкладом лица.

Согласно позиции Мособлбанка, рассматриваемое СМС - сообщение распространялось в рамках договора № SMS – 31/12-10 от 02.12.2010, заключенного между Мособлбанком и ООО «ОСК». Из объяснений Мособлбанка следует, что в рассматриваемой рекламе не были указаны все существенные условия оказания финансовой услуги (вклада «Весенний процент»), в связи с ограниченным количеством символов в СМС-сообщении.

В соответствии с позицией Мособлбанка, рассматриваемое СМС-сообщение содержало ссылку на интернет-страницу сайта, на которой потребители могли ознакомиться со всеми условиями рекламируемого банковского продукта.

Согласно объяснениям Мособлбанка, заявитель является клиентом банка и при подписании договора выразил свое согласие на обработку персональных данных и на получение рекламы услуг, предоставляемых Мособлбанком.

В соответствии с позицией ПАО «Мобильные ТелеСистемы», рассматриваемое СМС-сообщение направлено ООО «ОСК» через сервисную платформу ПАО «Мобильные ТелеСистемы» на основании агентского договора.

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 Мособлбанка обобщенного характера и является рекламой.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к вкладу, предоставляемому Мособлбанком, содержит существенные условия оказания финансовой услуги («15% годовых в рублях за полгода; в валюте до 5,5% годовых») и создает впечатление, что какие-либо иные условия, оказания рекламируемой финансовой услуги, отсутствуют.

В соответствии с Приложением № 1 к Приказу Акционерного коммерческого банка МОСКОВСКИЙ ОБЛАСТНОЙ БАНК открытое акционерное общество от 13.03.2015 № 257 «О введении в действие срочного вклада «Весенний процент» для физических лиц» утверждены следующие процентные ставки по срочному вкладу физических лиц «Весенний процент»:

Таблица 1

Ставки по вкладу «Весенний процент»	Срок	Минимальная сумма			Годовая процентная ставка		
		Российские рубли	Доллары США	Евро	Российские рубли	Доллары США	Евро
Весенний процент	181 день	10 000	100	100	15,00	5,50	5,40

Исходя из Таблицы 1, в рассматриваемой рекламе не указаны все условия привлечения денежных средств потребителей во вклад «Весенний процент», а именно:

1) размер минимального вклада для получения процентной ставки по вкладу в рублях, указанной в рекламе, составляет 10 000 рублей;

2) процентная ставка 5,5 % по вкладу в валюте может быть предоставлена Мособлбанком при соблюдении следующих условий:

- валюта вклада – доллары США;
- минимальная сумма вклада 100 долларов;

- срок вклада – 181 день.

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

Поскольку распространенная Мособлбанком реклама финансовой услуги, а именно вклада «Весенний процент» 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 вкладом «Весенний процент», 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 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.

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 ходе рассмотрения дела Комиссией установлено, что указанное СМС-сообщение, направлено ОАО «Мобильные ТелеСистемы». <...>, заключая договор об оказании услуг связи от 24.06.2014, выразил согласие на получение рекламы при использовании абонентского номера <...>. Доказательства, подтверждающие отказ от получения рекламы, в материалы дела не представлены.

Также в материалы дела представлен договор № <...> от 26.03.2012 года, заключенный между АКБ МОСОБЛБАНК ОАО и <...>, согласно пункту 6.3 которого при подписании договора клиент соглашается в том числе на получение рекламы банковских услуг.

Учитывая изложенное, в ходе рассмотрения дела № 08-21/36-15 факт нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе не подтвердился.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения пункта части 7 статьи 5 и 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 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ПАО МОСОБЛБАНК 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 «10» августа 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

В.В. Горбанева