

*По списку*

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/18-15

«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 № 08-21/18-15, возбужденное по факту поступления 14.03.2015 в 18:40 на абонентский номер заявителя <...> СМС-сообщения (отправитель: Russlavbank) с рекламой следующего содержания: «*Zashitite zarplatu, oformite Dohodnuyu kartu! 16% godovyh na ostatok – ezhemesechno, Zastrahovano ASV. 8 800 200 42 48 RUSSLAVBANK*», с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального

закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», в отсутствие лиц участвующих в деле, извещенных о времени и месте рассмотрения дела № 08-21/18-15,

### УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение гр. <...> о направлении 14.03.2015 в 18:40 на абонентский номер заявителя <...> СМС-сообщения (отправитель: *Russlavbank*) с рекламой следующего содержания: «*Zashitite zarplatu, oformite Dohodnuyu kartu! 16% godovyh na ostatok – ezhemesechno, Zastrahovano ASV. 8 800 200 42 48 RUSSLAVBANK*», 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 пункта 2 части 2 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 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.

Согласно объяснениям ПАО «Мобильные ТелеСистемы», рассылка рекламного сообщения осуществлялась ЗАО «СмартКардЛинк» через SMS-центр ПАО «Мобильные ТелеСистемы» в рамках заключенного договора от 08.12.2014 № D140755872, по инициативе АКБ «РУССЛАВБАНК» (ЗАО).

В соответствии с письменными объяснениями ЗАО «СмартКардЛинк», рассылка рассматриваемого СМС-сообщения осуществлялась ООО «СМС Трафик» в рамках договора № 010413 от 01.04.2013, заключенного между ЗАО «СмартКардЛинк» и ООО «СМС Трафик».

Из документов и сведений, предоставленных ЗАО «СмартКардЛинк» следует, что рекламное сообщение было направлено на основании договора № 62/14 от 15.02.2014 года, заключенного между ООО «Импульс» и ООО «ЭЦК». Оригинатором отправки является «Russlavbank», оригинатор принадлежит ООО «Импульс». ООО «ЭЦК» использует программно-аппаратный комплекс, принадлежащий ООО «СМС Трафик», в рамках договора № 03/12 от 07.03.2012 года.

Согласно позиции АКБ «РУССЛАВБАНК» (ЗАО) рассматриваемое СМС-сообщение распространялось на основании договора оказания услуг предоставления доступа к Системе и обработки данных № 194/13 от 01.07.2013 года, заключенного между АКБ «РУССЛАВБАНК» (ЗАО) и ООО «СМС Трафик».

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 АКБ «РУССЛАВБАНК» (ЗАО) обобщенного характера и является рекламой.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к финансовой услуге, предоставляемой АКБ «РУССЛАВБАНК» (ЗАО), содержит условия ее предоставления («16% godovyh na ostatok») и создает впечатление, что какие-либо иные условия, оказания рекламируемой финансовой услуги, отсутствуют.

В рассматриваемой рекламе указана процентная ставка на остаток денежных средств по карте.

Согласно документам, предоставленным АКБ «РУССЛАВБАНК» (ЗАО) (приложение № 1 к Приказу № 391 от 27.10.2014 АКБ «РУССЛАВБАНК» (ЗАО)), процентная ставка по рекламируемой карте составляет 10 % годовых в рублях при условии:

- наличия остатка по карте не менее 10 000 рублей;
- валюта счета – только рубли.

В рассматриваемой рекламе были указаны только привлекательные условия оказания финансовых услуг, а именно: возможность получения кредита в размере 50000 рублей и размер платежа. Вместе с тем условия, которые позволили бы потребителю правильно и в полном объеме оценить приемлемость условий получения необходимой ему услуги кредита, в рассматриваемой рекламе отсутствуют.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе были указаны только привлекательные условия рекламируемой финансовой услуги. Вместе с тем, условия, которые позволили бы потребителю в полном объеме оценить приемлемость условий предоставления финансовой услуги 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 финансовой услугой, 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 рекламируемой финансовой 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.

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.

Из объяснения ПАО «Мобильные ТелеСистемы» следует, что абонентский номер <...> выделен заявителю на основании договора об оказании услуг связи.

В соответствии с пунктом 15 Постановления Пленума ВАС 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 рекламодателем.

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 рекламодателем.

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

Доказательств получения предварительного согласия конкретного абонента, а именно <...>, на получение рекламы услуг АКБ «РУССЛАВБАНК» (ЗАО), 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, 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, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать АКБ «РУССЛАВБАНК» (ЗАО) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ПАО «Мобильные ТелеСистемы» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Выдать ООО «СМС Трафик» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

5. Выдать ЗАО «СмартКардЛинк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

6. 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 суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Д.Ю. Стрельников

Члены Комиссии

Е.А. Жукова

В.В. Горбанева