

# СМС-реклама услуг банка Хоум Кредит вышла за рамки закона

25 июня 2014, 18:00

Распространение ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» смс-рекламы финансовых услуг без предварительного согласия граждан на ее получение Комиссия ФАС России признала незаконным, поскольку это противоречит требованиям части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» предписано прекратить нарушение закона о рекламе. Готовятся материалы для возбуждения дела об административном правонарушении с целью определения размера штрафа ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».

В ФАС России обратился гражданин с заявлением о распространении ему в апреле этого года смс-рекламы об услугах банка, в котором он указал, что являлся клиентом банка и в феврале 2014 года все взаимоотношения с ним прекратил. Тогда же он направил заявление в банк на отзыв согласия на получение сообщений рекламного характера. Однако на его телефонный номер от абонента «HomeCredit» поступила реклама услуг банка. «...Банк Хоум Кредит предлагает Вам оптимальную формальную форму сбережений в валюте - дебетовую валютную карту Gold! Суперпредложение: ...». Таким образом, распространение смс-рекламы финансовых услуг банка осуществлялось гражданину без его согласия.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 Закона. Комиссия ФАС России установила, что в цепочке рассматриваемых взаимоотношений ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» осуществлял непосредственные действия по рассылке смс-рекламы услуг гражданину без его согласия, соответственно является непосредственным рекламодателем.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Федеральный закон «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.

В прошлом году существенно возросло количество выявляемой рекламы, распространяемой по сетям электросвязи без согласия абонента, - 3,15% всех нарушений в 2013 году (в 2012 году – 2,75% нарушений).