

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/27-14

«25» сентября 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);  
Стрельников Д.Ю. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;  
Члены Комиссии: Жукова Е.А. — главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/27-14 по факту поступления 26.05.2014 в 16:53 на абонентский номер <...> <...> СМС-сообщения (отправитель: +79027990925, СМС-центр: +79020980204) с рекламой следующего содержания: «*Займите до 20 000 рублей!*

*м. Лермонтовский пр-т, тел.: 8 495-740-81-63*», с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 1 и 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,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение <...> ., о поступлении 26.05.2014 в 16:53 на принадлежащий ему абонентский номер <...> СМС-сообщения (отправитель: +79027990925, СМС-центр: +79020980204) с рекламой следующего содержания: «*Займите до 20 000 рублей! м. Лермонтовский пр-т, тел.: 8 495-740-81-63*», без предусмотренного частью 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 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 1 и пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, 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 письменным объяснениям ОАО «МегаФон», указанное СМС-сообщение поступило на абонентский номер заявителя с номера СМС-центра +79020980204, выделенного ЗАО «Волгоград GSM».

В соответствии с письменной позицией ЗАО «Волгоград GSM», через СМС-центр +79020980204 маршрутизируются СМС-сообщения, направляемые ООО «А1 Системс».

В Управление поступило ходатайство ООО «Меридиан» об отложении рассмотрения дела № 08-21/27-14 в связи с невозможностью явки на заседание представителя Общества и необходимостью ознакомления с материалами дела.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

1. Копия Определения о возбуждении дела № 08-21/27-14 от 16.07.2014 № 08/СЕ/8937 получена ООО «Меридиан» 13.08.2014 и, по мнению Комиссии, у Общества было достаточно времени для ознакомления с материалами дела № 08-21/27-13 и подготовки позиции.

В соответствии с абзацем вторым пункта 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 рассмотрение дела может быть отложено антимонопольным органом с указанием даты и времени его рассмотрения по мотивированному ходатайству стороны по делу или иного лица, привлеченного к участию в деле, об отложении рассмотрения дела в связи с невозможностью явки на его рассмотрение по уважительной причине, подтвержденной соответствующими документами.

Документы, подтверждающие невозможность явки на заседание Комиссии представителя ООО «Меридиан» к ходатайству не приложены.

Учитывая изложенное, Комиссией принято решение об отказе в удовлетворении ходатайства ООО «Меридиан».

2. 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.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к оказываемым ООО «Меридиан» услугам по предоставлению займов («*Займите до 20 000 рублей!*») и их продвижение на рынке. Указанная информация содержит сведения об услугах ООО «Меридиан» обобщенного характера и представляет интерес для

неопределенного круга лиц и является рекламой.

Рассылка смс-сообщений по каналам телефонной связи не может быть произведена иначе как на конкретный абонентский номер <...> что позволяет говорить об адресном характере отправлений. Однако, специфика связи с абонентами, сама по себе не может являться основанием для признания информации, содержащейся в СМС-сообщениях, как предназначенной исключительно для конкретного абонента.

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.

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 ООО «Меридиан», равно как и иной рекламы от иных лиц в ходе рассмотрения дела не представлено.

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

2. Согласно части 1 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Согласно части 6 статьи 4 Федерального закона от 27.06.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» микрофинансовая организация является финансовой организацией.

В соответствии с выданным ФСФР России свидетельством № 0001923 от 15.05.2012, ООО «Меридиан» зарегистрировано в государственном реестре микрофинансовых организаций за № 2120177001454.

Таким образом, рассматриваемая реклама должна была содержать наименование лица, оказывающего финансовые услуги.

3. Рассматриваемая реклама содержит только одно из условий оказания финансовой услуги, а именно размер предоставляемого займа («до 20 000 р.»), и создает впечатление, что какие-либо иные условия, влияющие на расходы, которые может понести потенциальный заемщик, отсутствуют.

Вместе с тем, согласно условиям предоставления займа, размещенным на официальном сайте ООО «Меридиан» [www.money-live.ru](http://www.money-live.ru), определены также иные условия, влияющие на расходы заемщика при получении займа в размере 20 000 рублей, а именно:

- процентная ставка – 912,5 % годовых;

- срок займа – 28 и 42 дня.

Заёмщикам, выплатившим не выплатившим не менее двух займов заем в размере 20 000 рублей может быть предоставлен на следующих условиях:

- процентная ставка – 726,35 % годовых;

- срок займа – 56, 70 и 84 дня.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 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 расходов, которые понесут воспользовавшиеся рекламируемой финансовой услугой лица, искажает смысл информации о рекламируемом продукте, в том числе об условиях его приобретения и использования, и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

В рассматриваемой рекламе были указаны только привлекательные условия оказания финансовых услуг, а именно: возможность получения займа в размере «до 20 000 р.». Вместе с тем условия, которые позволили бы потребителю правильно и в полном объеме оценить приемлемость условий получения необходимой ему

услуги займа, в рассматриваемой рекламе отсутствуют.

Поскольку распространенная обществом реклама финансовой услуги по предоставлению займов 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.

В соответствии с частью 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 предоставления займов влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся рекламируемым продуктом лица.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 1 статьи 18, части 7 статьи 5, части 1 и пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе при распространении СМС - сообщения с рассматриваемой рекламой.

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 рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 1 статьи 18, части 7 статьи 5, части 1 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «Меридиан» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Выдать ООО «А1 системс» 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 «03» октября 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

Д.Ю. Стрельников

Е.А. Жукова

Е.А. Жукова

(499) 500-15-37