

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/49-14

«30» октября 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);
Жукова Е.А. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

Члены Комиссии: Мильский А.С. — специалист 1 разряда отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/49-14, возбужденное по факту поступления 01.08.2014 в 15:50 на абонентский номер <...> <...> СМС-сообщения (отправитель: +79087590322, СМС-центр: +79087500901) с рекламой следующего содержания: ««Оплата кредитов в QIWI Терминалах в любое время в любом месте. ВОЗЬМИ до 50 000 руб. по паспорту РФ! БЫСТРО И ПРОСТО! Звоните: 88003010204 ООО «Монетный двор», с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», выразившимися в распространении СМС-рекламы без предварительного согласия абонента или адресата на её получение, в отсутствие в рекламе наименования лица, оказывающего финансовые услуги, а также в умалчивании об иных условиях, определяющих полную стоимость займа для заемщика и влияющих на нее,

в присутствии представителей:

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ООО «Монетный двор» (место нахождения: 127055, г. Москва, ул. Новослободская, д. 14/19, стр. 8, оф. II), Вартапетян И.В.;

- ЗАО «КИВИ» (место нахождения: 115201, г. Москва, 1-й Варшавский пр-д, д. 2, стр. 8), <...>;

в отсутствие иных лиц участвующих в деле, извещенных о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение <...>. о направлении 01.08.2014 в 15:50 на абонентский номер заявителя <...> СМС-сообщения (отправитель: +79087590322, СМС-центр: +79087500901) с рекламой следующего содержания: «Оплата кредитов в QIWI Терминалах в любое время в любом месте. ВОЗЬМИ до 50 000 руб по паспорту РФ! БЫСТРО И ПРОСТО! Звоните: 88003010204 ООО «Монетный двор», 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 установлено, что при распространении указанной рекламы также усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе, выразившиеся в умалчивании об иных условиях, определяющих полную стоимость займа для заемщика и влияющих на нее.

Из объяснений ЗАО «КИВИ» следует, что согласие заявителя на получение рекламы было получено 01.04.2014 в 10:07:26, 11.04.2014 в 08:27 при внесении денежных средств на абонентский номер заявителя через платежный терминал № 9348953, расположенный по адресу г. Коломна, ул. Октябрьской революции, д. 344.

Согласно объяснениям ОАО «МегаФон» СМС – центр отправителя относится к ресурсу нумерации ЗАО «Нижегородская сотовая связь».

В соответствии с объяснениями ЗАО «Нижегородская сотовая связь» номер отправителя рассматриваемого СМС – сообщения выделен ООО «ОСК» на основании договора от 01.02.2010 № 01 об оказании услуг.

Согласно объяснениям ООО «ОСК» отправителем рассматриваемого СМС – сообщения является ООО «Рапporto» на основании договора № SMS-29/10-10 от 01.10.2010.

В соответствии с позицией ООО «Рапporto», рассматриваемое СМС-сообщение было направлено ЗАО «КИВИ» на основании договора № КИВИ06/14 от 09.06.2014.

Согласно позиции ООО «Монетный двор» рассматриваемая реклама не содержала условий предоставления займа и при ее распространении требования части 3 статьи 28 Закона о рекламе нарушены не были.

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 ООО «Монетный двор» обобщенного характера.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к займу, предоставляемому ООО «Монетный двор», содержит существенные условия предоставления кредита, влияющие на его стоимость («ВОЗЬМИ до 50000 руб. по паспорту РФ!») и создает впечатление, что какие-либо иные условия, влияющие на фактическую стоимость кредита, отсутствуют.

Согласно части 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

В соответствии с частью 4 статьи 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются с учетом особенностей, установленных настоящей статьей, в том числе, следующие платежи заемщика: по погашению основной суммы долга по договору потребительского кредита (займа); по уплате процентов по договору потребительского кредита (займа).

Паспортом продукта «Заем Классик», утвержденным приказом ООО «Монетный двор» от 07.03.2014 года № 18 (с учетом изменений, внесенных приказом ООО «Монетный двор» от 30.06.2014 № 56/1) определены также иные условия, определяющие полную стоимость займа в размере 50 000 рублей, а именно:

- срок займа до 12 месяцев;
- процентная ставка 1% в день;
- оплата процентов ежемесячно.

Таким образом, рассматриваемая реклама не содержала всех условий определяющих расходы заемщика по договору займа и влияющих на них.

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 50 000 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.

Согласно части 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, влияющие на стоимость рекламируемого кредита.

Согласно части 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.

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 договоров об оказании услуг связи.

В ходе рассмотрения дела Комиссией установлено, что согласие на получения рекламы предоставляется лицом, которое вносит денежные средства через платежный терминал, принадлежащий ЗАО «КИВИ» путем проставления галочки напротив информационного сообщения следующего содержания: *«Даю свое согласие на получение информации рекламного характера по сетям электросвязи на условиях оферты, размещенной в разделе «Помощь».*

В ходе рассмотрения дела ЗАО «КИВИ» представлены косвенные доказательства позволяющие предположить, что согласие было выражено Щеребенко И.В., а именно денежные средства были внесены на счет абонентского номера заявителя в терминале, установленном по адресу г. Коломна, ул. Октябрьской революции, д. 344, по которому находится место жительства заявителя.

<...> на заседание Комиссии не явился, доводы обращения не поддержал, не опроверг косвенные доказательства ЗАО «КИВИ», в связи с чем Комиссия приняла решение о возможности признать факт получения согласия заявителя на получение рекламы на основании имеющихся материалов дела.

Учитывая изложенное, в ходе рассмотрения дела № 08-21/49-14 факт нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе не подтвердился.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 7 статьи

5, части 3 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, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. В связи с наличием сведений об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, предписание не выдавать.
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 «14» ноября 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

Е.А. Жукова

А.С. Мильский

