

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/90-14

«11» июня 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. — исполняющий обязанности заместителя руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление); Жукова Е.А. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

Члены Комиссии: Ефремова К.Ю. — ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/90-14 по факту поступления 28.11.2014 в 12:32 на абонентский номер <...> <...> СМС-сообщения (отправитель: +79099506487, СМС-центр: не указан) с рекламой следующего содержания: *«Финансовый холдинг предлагает качественную услугу по предоставлению кредита под залог автомобиля! Низкие % ставки, выдаем до 90% от стоимости Вашего автомобиля за 30 минут, без скрытых платежей и дополнительных комиссий! +7(495)134-02-80»*, с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителей: лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, в отсутствие лиц участвующих в деле, извещенных о времени и месте рассмотрения дела,,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение <...> о направлении 28.11.2014 в 12:32 на абонентский номер заявителя <...> СМС-сообщения (отправитель: +79099506487, СМС-центр: не указан) с рекламой следующего содержания: *«Финансовый холдинг предлагает качественную услугу по предоставлению кредита под залог автомобиля! Низкие % ставки, выдаем до 90% от стоимости Вашего автомобиля за 30 минут, без скрытых платежей и дополнительных комиссий! +7(495)134-02-80»*, 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 части 3 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, определяющих полную стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

Согласно письменным объяснениям ОАО «Вымпел-Коммуникации», номер <...> , с которого была отправлена рассматриваемая СМС-реклама, выделен ООО «ГАРАНТИНВЕСТ».

В соответствии с позицией ПАО «МегаФон», общество не является рекламодателем или рекламораспространителем рассматриваемой рекламы, и не выделяло идентификатор +79099506487 третьим лицам по договору.

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 ЗАО «АВТОЗАЙМ» обобщенного характера и является рекламой.

Использование в рассматриваемой рекламе фразы *«Финансовый холдинг предлагает качественную услугу по предоставлению кредита под залог автомобиля»*, указывает на возможность воспользоваться финансовой услугой, а именно, кредитованием, под залог автомобиля. При этом рассматриваемая реклама содержит существенные условия предоставления кредита, влияющие на его стоимость (*«выдаем до 90% от стоимости Вашего автомобиля»*) 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, пользованием 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 пунктом 25 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика,

нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.)

Таким образом, рассматриваемая реклама не содержала всех условий определяющих расходы заемщика по кредитному договору и влияющих на них, а именно: срок кредита, размер процентной ставки, платежей и комиссий по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита.

Так как указание в рассматриваемой рекламе условий предоставления кредита направлено на формирование у потенциального заемщика желания воспользоваться финансовой услугой - кредитованием, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о кредите приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым кредитом.

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.

Учитывая изложенное, в рассматриваемой рекламе должны были быть указаны все существенные условия, влияющие на стоимость рекламируемого кредита.

В ходе рассмотрения дела возможность получения кредита на условиях, указанных в рассматриваемой рекламе, документально не подтверждена.

Законом о рекламе установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (часть 1 статьи 5).

В соответствии с пунктом 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама не должна была содержать не соответствующие действительности сведения.

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).

Рассматриваемая реклама в нарушение части 1 статьи 28 Закона о рекламе не содержала наименования лица, оказывающего финансовые услуги.

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.

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 ПАО «Мегафон» филиалу фирмы «Автошпед Интернационале Шпедиционс ГмбХ» на основании договора об оказании услуг связи. <...> является представителем филиала фирмы «Автошпед Интернационале Шпедиционс ГмбХ» на основании Доверенности № 15 от 09.01.2013 г.

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 филиала фирмы «Автошпед Интернационале Шпедиционс ГмбХ» в лице представителя на основании Доверенности № 15 от 09.01.2013 <...> на получение рекламы услуг ЗАО «АВТОЗАЙМ», 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.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 1 статьи 18, пункта 3 части 3 и части 7 статьи 5, части 1 и 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 1 статьи 18, пункта 3 части 3 и части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ЗАО «АВТОЗАЙМ» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «ГАРАНТИНВЕСТ» 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 «19» июня 2015 г.

Решение может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель  
Комиссии

Д.Ю. Стрельникова

**Члены  
Комиссии**

Е.А. Жукова

К.Ю. Ефремова