

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть оглашена «15» мая 2014 г.

Решение изготовлено в полном объеме «29» мая 2014 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Азаренко А.А. — 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 № 08-21/12-14, возбужденное в отношении ООО «Меридиан» (адрес: 119049, г. Москва, ул. Коровий Вал, д. 7, стр. 1) и ООО «СКМ Технолоджи» (адрес: 111524, г. Москва, ул. Электродная, д. 2, стр. 12-13-14), с участием:

- представителя ООО «Меридиан» - <...>. (доверенность от 26.01.2014 № б/н),

в отсутствие представителя ООО «СКМ Технолоджи», извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела № 08-21/12-14,

УСТАНОВИЛА:

Московским областным УФАС России установлен факт поступления на территории Московской области 02.12.2013 в 10:38 на принадлежащий <...> абонентский номер <...> рекламного СМС-сообщения следующего содержания: *«Pf ЗАЙМ для Вас до 20 000 р. За 28 минут! www/money-live.ru»*, 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», выразившимися в распространении СМС-рекламы без предварительного согласия абонента или адресата на её получение, а также в отсутствии в рекламе наименования лица, оказывающего финансовые услуги, 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 позиции ООО «Меридиан», рассматриваемое СМС-сообщение не является рекламой, так как было направлено заранее определенному кругу лиц - клиентам ООО «СКМ Технолоджи», в связи с чем, по мнению ООО «Меридиан», требования Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» на указанное СМС-сообщение не распространяются.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

1. В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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 исх. № 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 («ЗАЙМ для Вас до 20 000 р. За 28 минут!») 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 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.

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 «Вымпел-Коммуникации» <...> 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 рекламораспространителя.

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

Доказательств получения предварительного согласия конкретного абонента, а именно <...>., на получение от ООО «СКМ Технолоджи» 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 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Согласно части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

В соответствии с частью 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, приложением № 1 к правилам предоставления ООО «Меридиан» микрозаймов физическим лицам, утвержденным приказом генерального директора ООО «Меридиан» от 09.07.2012, определены также иные условия,

влияющие на расходы заемщика при получении займа в размере 20 000 рублей, а именно:

- процентная ставка – 2,5% за каждый день пользования займом;
- срок займа – 28, 42 и 56 дней.

Заёмщикам, полностью исполнившим ранее заключенный с ООО «Меридиан» договор займа может быть предоставлен заем в размере 20 000 рублей на следующих условиях:

1. Займ бессрочный:

- процентная ставка 1,5% за каждый день пользования займом, с выплатой процентной ставки каждые 14 дней;

2. Займ с постепенным погашением:

- процентная ставка 1,8 % за каждый день пользования займом, с выплатой процентной ставки каждые 14 дней;
- срок займа – 42, 56, 70, 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.», короткий срок предоставления заемных средств («За 28 минут!»). 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 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 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 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 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» при распространении СМС - сообщения с рассматриваемой рекламой.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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, части 1 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «Меридиан» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Выдать ООО «СКМ Технолоджи» 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 ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев в судебном порядке.

Председатель Комиссии

А.А. Азаренко

**Члены
Комиссии**

Д.Ю. Стрельников

Е.А. Жукова