

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/28-14

«01» декабря 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. — ведущий специалист - эксперт контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/28-14, возбужденное по факту поступления 15.06.2014 в 15:51 на абонентский номер <...> <...> СМС-сообщения (отправитель: +79023869776, СМС-центр: +79020980204) с рекламой следующего содержания: *«Оплата кредитов в QIWI Терминалах в любое время в любом месте. Срочно нужны ДЕНЬГИ? Займы до 30 000 руб. Без справок. 8 800-333-07-16 – звонок бесплатный. ООО «Монетный двор», с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимися в распространении СМС-рекламы без предварительного согласия абонента или адресата на её получение, 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,*

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 поступлении 15.06.2014 в 15:51 на абонентский номер заявителя <...> СМС-сообщения (отправитель: +79023869776, СМС-центр: +79020980204) с рекламой следующего содержания: «Оплата кредитов в QIWI Терминалах в любое время в любом месте. Срочно нужны ДЕНЬГИ? Займы до 30 000 руб. Без справок. 8 800-333-07-16 – звонок бесплатный. ООО «Монетный двор», без предусмотренного частью 1 статьи 18 Закона 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, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, выразившиеся в умалчивании в рекламе об иных условиях оказания финансовых 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 ЗАО «КИВИ» согласие заявителя на получение рекламы было получено 22.05.2014 в 12:25:18 при внесении денежных средств на абонентский номер заявителя через платежный терминал № 9227987, расположенный по адресу г. Красногорск, ул. Подмосковский бульвар, д. 5.

Из объяснений ЗАО «КИВИ» следует, что указанное СМС-сообщение распространялось на основании договора от 01.03.2014 № ОУ-010314-СМВ-02, заключенного между ЗАО «КИВИ» и ООО «Мостелеком».

Согласно объяснениям ОАО «МегаФон» СМС – центр отправителя относится к ресурсу нумерации ЗАО «Волгоград-GSM».

В соответствии с объяснениями ЗАО «Волгоград-GSM» номер отправителя рассматриваемого СМС – сообщения выделен ООО «А1 Системс» на основании договора от 01.12.2012 № 2779785 об оказании услуг связи.

В соответствии с позицией ООО «Мостелеком», номер <...> присвоен ЗАО «Киви-Сервис» на основании договора № 31-мтк от 10.01.2014, отправка указанного сообщения была произведена в рамках данного договора.

Согласно позиции ООО «Монетный двор» рассматриваемая реклама не содержала условий предоставления займа и при ее распространении требования пункта 2 части 2 статьи 28, части 7 статьи 5 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 займа, влияющие на его стоимость («Займы до 30 000 руб») и создает впечатление, что какие-либо иные условия, влияющие на фактическую стоимость займа, отсутствуют.

Паспортом продукта «Заем Классик», утвержденным приказом ООО «Монетный двор» от 07.03.2014 года № 18 определены также иные условия, определяющие полную стоимость займа в размере 30 000 рублей, а именно:

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

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат 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 30 000 руб.». 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, а именно процентная ставка, срок займа.

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 рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель 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 договора 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 <...> ., при внесении денежных средств на счет абонентского номера заявителя в терминале, установленном по адресу г. Красногорск, ул. Подмосковский бульвар, д. 5.

<...> 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 № 08-21/28-14 факт нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе не подтвердился.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 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, пункту 2 части 2 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 «15» декабря 2014 г.

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

Председатель Комиссии

С.Е. Муравьев

Е.А. Жукова

Члены Комиссии

А.С. Мильский

А.С. Мильский

(499) 500-15-37