

ответчики: ООО «Домашние деньги»

2-й Южнопортовый пр-д, д. 33, стр. 1,  
г. Москва, 11508

ООО «Моби Сервис»

ул. Фестивальная, 14 - 108,  
г. Москва, 125581

## 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:

Председателя Комиссии: Азаренко А.А. — заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);

Членов Комиссии: Стрельникова Д.Ю. — начальника отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;  
Жуковой Е.А. — главного специалиста-эксперта отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/13-14, возбужденное в отношении ООО «Домашние деньги» (адрес: 115088, г. Москва, 2-й Южнопортовый проезд, д. 33, стр. 1) и ООО «Моби Сервис» (адрес: 125581, г. Москва, ул. Фестивальная, 14 - 108), с участием:

- представителей ООО «Домашние деньги» - ХХХ, ХХХ,  
в отсутствие представителя ООО «Моби Сервис», извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела № 08-21/12-14,

## УСТАНОВИЛА:

Московским областным УФАС России установлен факт поступления на территории Московской области ХХХ 15.10.2013 в 15:42 на принадлежащий заявителю абонентский номер ХХХ и ХХХ 21.10.2013 в 17:25 на принадлежащий заявителю абонентский номер ХХХ рекламного СМС-сообщения следующего содержания: «Взаймы 30 000 р. за 172 р. в день! Тел.

88005557235, звонок бесплатно.», 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.

Из объяснений ООО «Домашние деньги» следует, что рассматриваемая реклама распространялась на основании договора оказания услуг № 31-10/ДД от 30.09.2013, заключенного между ООО «Домашние деньги» и ООО «Моби Сервис».

Согласно позиции ООО «Домашние деньги», текст рассматриваемой рекламы Обществом не согласовывался, ООО «Моби Сервис» самостоятельно разработало текст СМС-рекламы и осуществило его распространение.

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.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к оказываемым ООО «Домашние деньги» услугам по предоставлению займов («*В займы 30 000 р. за 172 р. в день*») и их продвижение на рынке. Указанная информация содержит сведения об услугах ООО «Домашние деньги» обобщенного характера и представляет интерес для неопределенного круга лиц и является рекламой.

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 Министерством Российской Федерации свидетельством от 08.07.2011 года, ООО «Домашние деньги» зарегистрировано в государственном реестре микрофинансовых организаций за № 21101177000006.

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

2. Рассматриваемая реклама содержит условия оказания финансовой услуги, а именно размер предоставляемого займа и сумму ежедневного платежа («*В займы 30 000 р. за 172 р. в день*»), и создает впечатление, что какие-либо иные условия, влияющие на расходы, которые может понести потенциальный заемщик, отсутствуют.

В соответствии с пунктом 3.1 Правил предоставления микрозаймов ООО «Домашние Деньги», утвержденных приказом ООО «Домашние Деньги» от 15.07.2013 № 48/01-2013 (далее – Правила предоставления микрозаймов ООО «Домашние Деньги»), процентные ставки устанавливаются по каждому договору в отдельности, в зависимости от суммы, срока, и вида займа, запрошенного клиентом.

В соответствии с Правилами предоставления микрозаймов ООО «Домашние Деньги», заем в размере 30 000 рублей может быть предоставлен на следующих условиях:

1. Займ «Стандартный»:

- срок займа 52 недели;

- проценты за пользование займом в неделю – 3,2296%;

2. Займ «Клуб»:

- срок займа 52 и 65 недель;

- проценты за пользование займом в неделю – 3,2296%.

Таким образом, при минимально возможном сроке займа (52 недели) при сумме займа 30 000 рублей сумма выплат составит 62 348 рублей.

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 «30 000 р.», с возможностью погашения задолженности небольшими суммами «за 172 р. в день». 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.

3. 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 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 XXX выделен ОАО «Вымпел-Коммуникации» XXX абонентский номер XXX выделен ОАО «Вымпел-Коммуникации» XXX 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 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 конкретных абонентов, а именно XXX и XXX, на получение от ООО «Моби Сервис» рекламы услуг ООО «Домашние Деньги», 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».

4. В соответствии с пунктом 1.1 договора оказания услуг № 31-10/ДД от 30.09.2013, заключенного между ООО «Домашние деньги» (заказчик) и ООО «Моби Сервис» (исполнитель), исполнитель обязуется оказать услуги заказчику по привлечению клиентов для выдачи займов путем отправки рекламно-информационного сообщения, согласованного с заказчиком текста в 70 знаков кириллицы, а заказчик обязуется принять и оплатить оказанные исполнителем услуги.

Согласно пункту 1.2 указанного договора, конкретный перечень услуг, сроки, порядок их предоставления, медиапланы и иные параметры оказания услуг, а также стоимость услуг и порядок расчетов согласовываются сторонами в дополнительных соглашениях к договору, которые являются его неотъемлемой частью.

В соответствии с пунктом 2.1.5 договора оказания услуг № 31-10/ДД от 30.09.2013, исполнитель обязан немедленно прекращать рассылку рекламно-информационных материалов заказчика в адрес абонента, обратившегося к исполнителю или заказчику с таким требованием, формируя тем самым стоп лист отправки рекламно-информационных сообщений.

Учитывая изложенное, положениями договора оказания услуг № 31-10/ДД от 30.09.2013 предусмотрено, что ООО «Моби Сервис» осуществляет распространение рекламно-информационных материалов, предоставленных ООО «Домашние деньги».

В ходе рассмотрения дела установлено, что у ООО «Домашние деньги» отсутствуют рекламные материалы (включая согласованный текст) рассматриваемой рекламы, которые предусмотрены договором оказания услуг № 31-10/ДД от 30.09.2013, заключенным между ООО «Домашние деньги» и ООО «Моби Сервис».

Согласно статье 12 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.

Таким образом, не хранение ООО «Домашние деньги» рекламных материалов в течение года со дня последнего распространения рекламы не соответствует требованиям, установленным статьёй 12 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии со статьёй 19.31 КоАП нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем сроков хранения рекламных материалов или их копий, а также договоров на производство, размещение или распространение рекламы, установленных законодательством о рекламе влечет наложение административного штрафа

на граждан в размере от одной тысячи до двух тысяч рублей; на должностных лиц - от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения статьи 12, 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 статьи 12, 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 «Домашние деньги» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «Моби Сервис» 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 дел об административных правонарушениях, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 и статьёй 19.31 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