

По списку:

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/64-14

«27» ноября 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);

Члены Комиссии: Жукова Е.А. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;
Мильский А.С. — ведущий специалист - эксперт контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/64-14, возбужденное по факту направления 28.08.2014 в 13:15 на абонентский номер <...>, СМС-сообщения (отправитель: +79023819992, СМС-центр: +79020980204) с рекламой следующего содержания: *«Деньги до 30 тыс. руб. в течение суток. Звоните сейчас! 88005559116»*, с признаками нарушения части 1 статьи 18 и части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившимися в распространении СМС - рекламы в отсутствие согласия абонента на её получение, в отсутствии 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 отсутствие лиц участвующих в деле, уведомленных о дате и времени рассмотрения дела № 08-21/64-14,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение <...> о направлении 28.08.2014 в 13:15 на абонентский номер заявителя <...> СМС-сообщения (отправитель: +79023819992, СМС-центр: +79020980204) с рекламой следующего содержания: *«Деньги до 30 тыс. руб. в течение суток. Звоните сейчас! 88005559116»*, 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 обращений установлено, что при распространении указанной рекламы также усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившиеся в отсутствии в рекламе наименования лица, оказывающего финансовые услуги, а также в умалчивании об иных условиях, определяющих полную стоимость займа для заемщика и влияющих на нее.

Согласно письменным объяснениям ЗАО «Волгоград - GSM» через СМС-центр +79020980204 маршрутизируются СМС-сообщения, направляемые ООО «А1 Системс».

В соответствии с позицией ООО «Домашние деньги» между Обществом и ООО «Делфи – Холдинг» заключен договор на осуществление СМС - рассылки.

Согласно письменным объяснениям ООО «Домашние деньги» текст рассматриваемой СМС – рекламы Обществом не согласовывался.

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.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к оказываемым ООО «Домашние деньги» услугам по предоставлению займов (*«Деньги до 30 тыс. руб.»*) и их продвижение на рынке. Указанная информация содержит сведения об услугах ООО «Домашние деньги» обобщенного характера, 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 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.

Согласно 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 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 <...> на получение 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 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 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).

Согласно 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.

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

В соответствии с пунктом 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации, наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму.

Таким образом, рассматриваемая реклама должна была содержать наименование лица, оказывающего финансовые услуги с указанием на его организационно – правовую форму.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к займу, предоставляемому ООО «Домашние деньги», содержит существенные условия предоставления займа, влияющие на его стоимость («до 30 тыс. руб.») и создает впечатление, что какие-либо иные условия, влияющие на фактическую стоимость кредита, отсутствуют.

В соответствии с пунктами 1.8 и 2.2.1 Правил предоставления микрозаймов ООО «Домашние Деньги», утвержденных приказом ООО «Домашние Деньги» № 63/00-2014 (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;
- процентная ставка – 225% годовых;
- оплата процентов ежемесячно.

2. Займ «Клуб»:

- срок займа 52 и 65 недель;
- проценты за пользование займом в неделю – 190% годовых;
- оплата процентов ежемесячно.

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).

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 тыс. 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.

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 займа, а именно процентная ставка и срок займа.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 1 статьи 18, части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении СМС - сообщения с рассматриваемой рекламой.

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 рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 1 статьи 18, части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Домашние деньги» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 «11» 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

Члены Комиссии

Е.А. Жукова

А.С. Мильский