Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу

об административном правонарушении № 011/04/14.3-205/2022

29 марта 2022 года № 03-06/2621

г. Сыктывкар

<…>

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России), адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А, <…>, рассмотрев протокол от 14.03.2022 и материалы дела № 011/04/14.3-205/2022 о совершении <…>, административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ),

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело возбуждено протоколом Коми УФАС России от 14.03.2022, составленным в отсутствие <…>, надлежащим образом извещенного о времени и месте составления протокола об административном правонарушении.

Определением Коми УФАС России от 14.03.2022 № 03-06/2010 рассмотрение дела № 011/04/14.3-205/2022 назначено на 29.03.2022 на 11 часов 30 минут. Копии вышеуказанного протокола и определения направлены Коми УФАС России в адрес <…> 15.03.2022.

Письмом от 25.03.2022 (вх. № 1760-э от 25.03.2022) <…> представил запрашиваемые вышеуказанным определением копии документов и письменную информацию.

Учитывая изложенное, <…> надлежащим образом извещён о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении № 011/04/14.3-205/2022.

Административное дело № 011/04/14.3-205/2022 рассмотрено в отсутствие <…>.

В ходе рассмотрения настоящего административного дела должностным лицом Коми УФАС России установлено следующее.

В Коми УФАС России поступило заявление <…> от 22.09.2021 (вх. № К-94 от 23.09.2021) о распространении на его абонентский номер рекламного звонка с нарушением требований рекламного законодательства.

По результатам рассмотрения указанного заявления принято решение о возбуждении дела № 011/05/18-836/2021 в отношении АО «Альфа-Банк» (ОГРН 1027700067328, ИНН 7728168971) по признакам нарушения ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/7870 от 22.10.2021.

Из материалов дела № 011/05/18-836/2021 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

Из заявления следует, что на абонентский номер заявителя <…> с абонентского номера +<…> 21.09.2021 в 15 часов 53 минуты поступил рекламный звонок следующего содержания:

«- Алё.

- Максим Леонидович, добрый день.

- Здравствуйте.

- Меня зовут Анастасия, я звоню … программы Альфа-Банка. Звоню Вам с предложением выгодного сотрудничества возможности доступного дохода. Если для Вас интересно дополнительный заработок … уже подробней, как это работает, какая мотивация у Вас может быть.

- Нет, мне это неинтересно. Более того, я же запретил Вашему банку использовать мои данные, номер телефона, в частности …

- Почему неинтересно …

- Нет-нет, ответьте на вопрос, ответьте мне на вопрос, пожалуйста, ответьте мне, пожалуйста, на вопрос, во-первых, как Вас зовут,

представьтесь.

- Анастасия.

- Анастасия, вот смотрите, есть такой закон, да, «О персональных данных», я Вашему банку уже не единожды запрещал пользоваться моими персональными данными, Вы продолжаете это делать. Я уже один раз на Вас написал в ФАС, Вы хотите, чтобы я ещё раз написал? Я ведь напишу, данный разговор записывается, я данный диалог отправлю в ФАС, это уже будет второе заявление.

- … это Ваше право.

- Я понимаю Ваше негодование, Ваше право, у меня, к сожалению, не отмечено нигде в карточке …

- Ну, это уже как бы ваши, Банк должен разбираться.

- … отметки о том, что нельзя набрать Вам.

- Ну, это уже как бы проблема Вашего банка.

- … Я Вас не буду тогда больше беспокоить.

- Всё, не беспокойте меня. Всего доброго.

- Вам спасибо, всего доброго, до свидания.

- До свидания».

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством звонка;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: банку «Альфа-Банк», формирование или поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством звонка на абонентский номер <…>, является рекламой.

В силу положений, установленных ч. 1 ст. 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.

Согласно п. 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. 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 рекламораспространителя.

Заявитель указывает, что своего согласия на получение рассматриваемой рекламы он не давал. Из представленной заявителем аудиозаписи усматривается, что рассматриваемая реклама распространена в отсутствие предварительного согласия абонента на получение указанной рекламы.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, несет ответственность рекламораспространитель.

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч.ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В письме ФАС России № АК/16266 от 28.04.2011 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» разъяснено, что обязанность по получению согласия и подтверждению наличия соответствующего согласия

лежит на рекламораспространителе. При этом рекламораспространителем выступает лицо, которое совершило определенные действия по доведению рекламы до потребителя. В названном письме также обращено внимание на то, что поставщик услуг связи (телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи), который только обеспечил подключение к сети электросвязи и не осуществляет непосредственно распространение рекламы, рекламораспространителем не является.

Как указывает в письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, АО «Альфа-Банк», рассматриваемый телефонный звонок носил деловой характер, осуществлён с целью предложения сотрудничества, подразумевающего выполнение предполагаемым партнёром определённых работ за вознаграждение. По этой причине заявителю не были озвучены наименования каких-либо продуктов или услуг, предоставляемых банком. Никаких предложений, ссылок, упоминаний предоставляемых банком услуг в тексте нет.

По мнению АО «Альфа-Банк», поскольку банк является кредитной организацией, а также учитывая характер звонка, указанный звонок не мог способствовать продвижению банка на рынке, рекламой не является.

Кроме того, АО «Альфа-Банк» указывает, что звонивший обращался к заявителю по имени и отчеству, что не согласуется с определением основного признака неопределённого круга лиц, сформулированного в разъяснении Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 8 «О применении положений статьи 10 Закона о защите конкуренции» (утв. протоколом Президиума ФАС России от 07.06.2017 N 11), - невозможностью индивидуализировать (определить) лиц, чьи права и интересы затронуты или могут быть затронуты рассматриваемыми действиями в определённый момент. В рассматриваемом случае предложение адресовано конкретному лицу. Таким образом, рассматриваемый телефонный звонок не является рекламой.

Как указывает АО «Альфа-Банк» в письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, определить рекламодателя, рекламораспространителя и рекламопроизводителя в понятиях, установленных Законом о рекламе, не представляется возможным, поскольку звонок не содержал указания на продукты/услуги Банка (отсутствовал объект рекламирования), рекламой не являлся. В целях совершения рассматриваемого звонка договоры Банком не заключались. Сотрудником Банка совершён единичный телефонный звонок, озвученная информация более не распространяется. Осуществление рассматриваемого звонка имело место вследствие ненадлежащего исполнения своих должностных обязанностей <…>. <…> не является клиентом Банка.

Согласно устным и письменным пояснениям заявителя, заявитель никогда не являлся клиентом АО «Альфа-Банк».

На основании вышеизложенного, АО «Альфа-Банк» ходатайствовало о прекращении производства по рекламному делу № 011/05/18-836/2021 в отношении АО «Альфа-Банк».

Комиссией Коми УФАС России установлено, что рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является АО «Альфа-Банк».

Комиссия Коми УФАС России, рассмотрев вышеуказанные доводы АО «Альфа-Банк», приходит к нижеследующим выводам.

В соответствии с п. 1 ст. 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 п. 2 ст. 3 Закона о рекламе объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством звонка;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: банку «Альфа-Банк», формирование или поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

АО «Альфа-Банк», ссылаясь на нерекламный характер рассматриваемого звонка, указывает на то, что рассматриваемый телефонный звонок носил деловой характер, осуществлён с целью предложения сотрудничества, подразумевающего выполнение предполагаемым партнёром определённых работ за вознаграждение. По этой причине заявителю не были озвучены наименования каких-либо продуктов или услуг, предоставляемых банком. Никаких предложений, ссылок, упоминаний предоставляемых банком услуг в тексте нет. Звонивший обращался к заявителю по имени и отчеству, что не согласуется с определением основного признака неопределённого круга лиц, сформулированного в разъяснении Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 8 «О применении положений статьи 10 Закона о защите конкуренции» (утв. протоколом Президиума ФАС России от 07.06.2017 N 11), - невозможностью индивидуализировать (определить) лиц, чьи права и интересы затронуты или

могут быть затронуты рассматриваемыми действиями в определённый момент. В рассматриваемом случае предложение адресовано конкретному лицу. Таким образом, рассматриваемый телефонный звонок не является рекламой.

Вместе с тем, из содержания телефонного разговора усматривается, что звонившим произнесены фразы: «…программы Альфа-Банка. Звоню Вам с предложением выгодного сотрудничества возможности доступного дохода. Если для Вас интересно дополнительный заработок … уже подробней, как это работает, какая мотивация у Вас может быть», что указывает на привлечение внимания к определённому объекту рекламирования – банку «Альфа-Банк».

Заявителем такими фразами как: «Нет, мне это неинтересно. Более того, я же запретил Вашему банку использовать мои данные, номер телефона, в частности», «есть такой закон, да, «О персональных данных», я Вашему банку уже не единожды запрещал пользоваться моими персональными данными, Вы продолжаете это делать. Я уже один раз на Вас написал в ФАС, Вы хотите, чтобы я ещё раз написал? Я ведь напишу, данный разговор записывается, я данный диалог отправлю в ФАС, это уже будет второе заявление», «Всё, не беспокойте меня» было выражено его явное нежелание прослушивать информацию о предложении АО «Альфа-Банк».

Закон о рекламе возлагает обязанность доказывания факта наличия согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи на рекламораспространителя.

В силу п. 1 ст. 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.

В соответствии с ч. 1 ст. 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

При этом согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было не только однозначно идентифицировать такого абонента, но и подтвердить волеизъявление

данного абонента на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя (пункт 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58).

В пункте 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что, поскольку Законом о рекламе не определен порядок и форма получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи, согласие может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Буквальное толкование указанных положений постановления Пленума ВАС РФ позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя.

Между тем согласие абонента на получение рекламы должно четко содержать волеизъявление лица на получение рекламы. В случае отсутствия четкого волеизъявления абонента реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента.

В связи с тем, что заявитель утверждает, что не давал согласия на распространение рассматриваемой рекламы на его абонентский номер, а АО «Альфа-Банк» не доказано обратное, то Комиссия Коми УФАС России пришла к выводу, что распространение указанной рекламы противоречит части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Содержание разговора свидетельствует о том, что заявитель не был предупрежден о цели звонка и в нарушение требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе представитель АО «Альфа-Банк» предварительно не выяснил, согласен ли абонент на получение рекламы.

Как указало АО «Альфа-Банк», сотрудником Банка совершён единичный телефонный звонок, озвученная информация более не распространяется.

Кроме того, АО «Альфа-Банк», обосновывая свои доводы, ссылается на то, что рассматриваемое предложение адресовано конкретному лицу.

Вместе с тем, письмом ФАС России № АК/17836/16 от 22.03.2016 «Об отнесении информации к рекламе» разъяснено, что под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением

информации среди неопределенного круга лиц, в том числе в случаях распространения такой информации в определенной организации, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена. Также информация признаётся распространенной среди неопределенного круга лиц в случае рассылки такой информации по электронной почте или посредством СМС-сообщений, в том числе по определенному адресному списку, если такая информация не содержит какого-либо персонифицированного предложения, предназначенного исключительно для определенного клиента организации. При этом СМС-сообщение, текст которого содержит указание на профиль деятельности организации, оказывающей какие-либо услуги, а также номер телефона, позволяющий получателю такого СМС-сообщения воспользоваться услугами, оказываемыми конкретной организацией, является рекламой, поскольку указанные сведения индивидуализируют данную организацию.

Рассматриваемый телефонный звонок содержит указание на определённое юридическое лицо – банк «Альфа-Банк», при этом отсутствие упоминания в разговоре конкретных услуг или продуктов банка «Альфа-Банк» не свидетельствует о том, что информация, распространённая посредством рассматриваемого звонка, не является рекламой.

Письмом ФАС России № АД/45557/18 от 20.06.2018 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе» разъяснено, что под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку. При этом реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие лица, для которых в первую очередь предназначена такая информация. Однако направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

В соответствии с п. 2 ст. 3 Закона о рекламе объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

По мнению специалистов ФАС России, квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации. Таким образом, если информация отвечает признакам рекламы и, имея некую целевую аудиторию (например, клиенты компании, зрители

телеканала, прохожие определенной территории), формирует интерес у неопределенного круга лиц, соответственно, выходит за пределы своей целевой аудитории, такая информация является рекламой и подпадает под регулирование Закона о рекламе.

Кроме того, письмом № АК/17836/16 от 22.03.2016 «Об отнесении информации к рекламе» ФАС России были даны разъяснения, касающиеся информации с упоминанием имени и отчества абонента, где было указано, что, в случае распространения информации, не содержащей персонифицированного предложения, предназначенного исключительно для определённого клиента организации, такая информация является рекламой, независимо от упоминания имени и отчества абонента.

С учетом изложенного, информация, содержащаяся в рассматриваемом звонке, осуществлённом 21.09.2021 в 15 часов 53 минуты в адрес заявителя, является рекламой.

Ссылка АО «Альфа-Банк» на разъяснения Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 8 «О применении положений статьи 10 Закона о защите конкуренции» (утв. протоколом Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 11) к рассматриваемым обстоятельствам неприменима, поскольку в указанном документе анализируются вопросы, касающиеся неопределённого круга лиц в правоотношениях, применяющихся при рассмотрении дел по статье 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», а не Закона о рекламе.

Согласно Выписке из ЕГРЮЛ в отношении АО «Альфа-Банк», размещённой на официальном сайте ФНС России, основным видом деятельности Общества является денежное посредничество прочее.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама распространена АО «Альфа-Банк» для получения прибыли при осуществлении вышеуказанного вида деятельности.

На основании имеющихся в рекламном деле материалов Комиссия Коми УФАС России пришла к выводу, что АО «Альфа-Банк» является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Доказательств того, что АО «Альфа-Банк» было получено предварительное согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, в материалы рекламного дела не представлено.

Документов, материалов, указывающих, что АО «Альфа-Банк» приняты все достаточные меры по соблюдению требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе при осуществлении 21.09.2021 в 15 часов 53 минуты посредством звонка на абонентский номер <…> с абонентского номера +<…>Коми УФАС России при рассмотрении дела не получено, Обществом не представлено.

Таким образом, доказательств того, что АО «Альфа-Банк» было

получено предварительное согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, материалы рекламного дела не содержат.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламораспространитель - АО «Альфа-Банк», на которого в силу ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе возложена ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, не предпринял достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути уклонился от обязанности по контролю за соответствием распространяемой посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде звонка рекламы Закону о рекламе, что является исключительной зоной ответственности рекламораспространителя.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине АО «Альфа-Банк».

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны АО «Альфа-Банк» должных мер по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, АО «Альфа-Банк» нарушены требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Согласно письменным пояснениям АО «Альфа-Банк», представленным в материалы рекламного дела, должностным лицом, ответственным за действия Банка, ставшие предметом рассмотрения рекламного дела № 011/05/18-836/2021, является <…>

В обоснование указанных доводов АО «Альфа-Банк» указывает на п. 3.1.3, 3.1.4, 3.1.5, 3.1.11, 3.1.16 должностной инструкции, в соответствии с которой <… > обязан проводить оценку и обработку рисков по новым и действующим процессам ММБ, в том числе пилотным проектам; обеспечивать реализацию системы по управлению операционными рисками в Малом и микробизнесе; подготавливать и выносить все вопросы от ММБ, связанные с запуском и развитием процессов, в том числе, пилотных проектов, на рассмотрение и согласование профильным подразделениям Банка с целью дальнейшей обработки выявленных по ним рисков; разрабатывать и выполнять стратегию управления операционными рисками в ММБ в соответствии со стратегией управления операционными рисками Банка; координировать взаимодействие между бизнес-линиями и профильными подразделениями для реализации проектов.

Как поясняет АО «Альфа-Банк», перечисленное свидетельствует о широком функционале и большом объёме ответственности, возлагаемой на <…>. Обеспечение соответствия реализуемых бизнес-процессов (по вверенному направлению) требованиям локальных нормативных актов Банка и

законодательства Российской Федерации является его прямой обязанностью. В частности, такой работник организует кросс-функциональное взаимодействие подразделений при запуске пилотных проектов, является лицом, принимающим общее решение о допустимости тех или иных активностей Банка на основании анализа массы показателей, в том числе соответствия требованиям Закона о рекламе.

Согласно письменным пояснениям <…>, представленным в материалы рекламного дела, его должностной инструкцией установлены следующие квалификационные требования, соответствие которым необходимо для исполнения обязанностей по занимаемой должности:

- опыт работы в направлении операционных рисков и проектной деятельности;

- знание действующего законодательства Российской Федерации.

Таким образом, как указывает <…>, знание (исполнение) законодательства является неотъемлемой составляющей рабочего процесса, в рамках своих функциональных обязанностей по вверенному направлению <…> несёт ответственность за нарушение требований законодательства, в том числе Закона о рекламе.

Из письменных пояснений, представленных <…> в материалы административного дела, следует, что рассматриваемый телефонный звонок осуществлён с целью предложения сотрудничества, подразумевающего выполнение предполагаемым партнёром определённых работ за вознаграждение, носил деловой характер, не преследовал рекламных целей и рекламой не являлся.

Вместе с тем, вышеуказанные доводы были ранее рассмотрены и отклонены Комиссией Коми УФАС России по основаниям, указанным на страницах 4-8 настоящего постановления.

Таким образом, из материалов рекламного дела следует, что должностным лицом, ответственным за соблюдение АО «Альфа-Банк» законодательства о рекламе в рассматриваемый период, являлся <…>.

С учетом изложенного, должностным лицом АО «Альфа-Банк», по вине которого произошло нарушение рекламного законодательства, в рассматриваемом случае является <…>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, произошло, в том числе по вине должностного лица рекламораспространителя рассматриваемой рекламы - <…>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что <…> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства

Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы, что и привело к нарушению.

Таким образом, <…> нарушены требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Решением Комиссии № 03-01/969 от 04.02.2022 по делу № 011/05/18-836/2021 рассматриваемая реклама признана ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

С учётом изложенного, <…> допустил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Время совершения административного правонарушения: 21.09.2021 в 15 часов 53 минуты.

Согласно разъяснениям ФАС России по применению ст. 18 Закона о рекламе «распространение» в контексте Закона о рекламе не означает направление электросигнала, транслирующего рекламу, к приемному устройству, а означает момент, когда реклама становится доступной для восприятия потребителя; местом совершения правонарушения будет являться территория субъекта Российской Федерации, на которой была распространена (доведена до потребителя) реклама. При этом определение субъекта Российской Федерации, на территории которого совершено правонарушение, должно осуществляться путем установления принадлежности абонентского номера к диапазону номеров, выделенному оператору сотовой связи на территории конкретного субъекта Российской Федерации.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи (http://www.rossvyaz.ru/activity/num_resurs/registerNum/), абонентский номер заявителя 89042065724 входит в диапазон номеров, выделенный оператору сотовой связи на территории Республики Коми.

Заявитель проживает в г. Сыктывкар Республики Коми.

Следовательно, субъектом Российской Федерации, на территории которого была распространена (доведена до потребителя) реклама, является Республика Коми (г. Сыктывкар).

Место совершения административного правонарушения: г. Сыктывкар

Республики Коми.

Согласно ст. 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Под должностным лицом следует понимать лицо, постоянно, временно или в соответствии со специальными полномочиями осуществляющее функции представителя власти, то есть наделенное в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от него, а равно лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции в государственных органах, органах местного самоуправления, государственных и муниципальных организациях. Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники иных организаций, в том числе руководители организаций, осуществляющих полномочия единоличных исполнительных органов других организаций, несут административную ответственность как должностные лица.

Из материалов рекламного дела и дела об административном правонарушении следует, что должностным лицом, ответственным за соблюдение рекламного законодательства АО «Альфа-Банк», в рассматриваемый период являлся <…>.

Из материалов дела об административном правонарушении усматривается, что <…> совершил рассматриваемое правонарушение в связи с ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Из материалов административного и рекламного дел следует, что <…> не предпринял достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонился от обязанности по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям рекламного законодательства, что является, в том числе исключительной зоной ответственности рекламораспространителя.

В связи с чем, обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения <…> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии всех зависящих от него мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Таким образом, вина <…> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является установленной.

В соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут

освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Из положений пункта 18.1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» следует, что квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях, при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

Сравнительный анализ санкций, содержащихся в КоАП РФ, свидетельствует о том, что нарушение законодательства о рекламе обладает высокой степенью общественной опасности.

В соответствии со ст. 1.2 КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются, в том числе, защита общества и государства от административных правонарушений, предупреждение административных правонарушений.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Требования законодательства о рекламе, а также установление в ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений.

Каких-либо обстоятельств, характеризующих случай нарушения <…> как

исключительный, не установлено, а <…> таковых не приведено.

Оценив фактические обстоятельства дела, характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, должностное лицо пришло к выводу о том, что в данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в отсутствии должной предусмотрительности и пренебрежительном отношении <…> к исполнению своих публично-правовых обязанностей и несоблюдении требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

В связи с изложенным, рассматриваемое административное правонарушение не может быть признано малозначительным.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностное лицо считает возможным учесть в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность <…>: добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему Коми УФАС России; совершение административного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

Согласно ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Совершенное <…> административное правонарушение в виде нарушения законодательства о рекламе посягает на установленный нормативными правовыми актами порядок общественных отношений в сфере производства, размещения и распространения рекламы.

В соответствии с ч. 2 ст. 3.4 КоАП РФ предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

В соответствии с ч. 3 ст. 3.4 КоАП РФ в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа может быть заменено некоммерческой организации, а также являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Согласно ч. 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ некоммерческим организациям, а также являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

По смыслу взаимосвязанных положений части 2 статьи 3.4 и части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ в отсутствие совокупности всех упомянутых обстоятельств (условий применения административного наказания в виде предупреждения) возможность замены административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение не допускается.

Должностным лицом установлено отсутствие совокупности обязательных условий, при которых возможна замена штрафа предупреждением, а именно:

1) АО «Альфа-Банк» не является некоммерческой организацией в понимании статьи 50 Гражданского кодекса Российской Федерации;

2) отсутствует информация о включении АО «Альфа-Банк» в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, размещённый на официальном сайте ФНС России;

3) <…> является работником АО «Альфа-Банк», не являющегося некоммерческой организацией и не включённого в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, размещённый на официальном сайте ФНС России.

Таким образом, отсутствуют обязательные условия, при которых возможна замена штрафа предупреждением, следовательно, применение части 2 статьи 3.4 КоАП РФ при данных обстоятельствах не представляется возможным.

Штрафная санкция, назначенная <…>, соразмерна правонарушению, а само наказание, в то же время, имеет существенный предупреждающий эффект и способствует предотвращению совершения новых аналогичных правонарушений.

На основании вышеизложенного, принимая во внимание цели административного наказания, установленные ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, учитывая характер совершенного правонарушения, личность <…>, наличие обстоятельств, смягчающих административную ответственность, отсутствие обстоятельств, отягчающих административную ответственность, сведения об имущественном положении <…>, в соответствии со статьями 4.1, 4.2, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

1 . Признать <…> виновным в совершении административного правонарушения, выразившегося в распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить <…> административное наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей, что является минимальной санкцией для такого рода нарушений.

Реквизиты для уплаты штрафа:

Отделение-НБ Республики Коми БАНКА РОССИИ/УФК по Республике Коми г. Сыктывкар	БИК	018702501
	Сч. №	03100643000000010700

Банк получателя							
ИНН 1101481197	КПП 110101001		Сч. №	40102810245370000074			
УФК ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ (Управление Федеральной антимонопольной службы по РК)			Вид оп.	01	Срок плат.	3	
			Наз. пл.		Очер. плат.		
Получатель			Код		Рез. поле		
16111601141010003140	87701000	0	0	0	0	0	
ШТРАФ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ ПО ДЕЛУ № 011/04/14.3-205/2022 СОГЛАСНО ПОСТАНОВЛЕНИЮ ОТ 29.03.2022							

В соответствии с ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случаев, предусмотренных частями 1.1, 1.3, 1.3-1, 1.3-2 и 1.4 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах по истечении срока, указанного в части 1, 1.1 или 1.4 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, изготавливают второй экземпляр указанного постановления и направляют его в течение десяти суток, а в случаях, предусмотренных частями 1.1 и 1.4 настоящей статьи, в течение одних суток судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. В случае изготовления второго экземпляра постановления о наложении административного штрафа в форме электронного документа, юридическая сила которого подтверждена усиленной квалифицированной электронной подписью в соответствии с законодательством Российской Федерации, указанный второй экземпляр направляется судебному приставу-исполнителю в электронном виде по информационно-телекоммуникационным сетям. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего

административный штраф. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф по делу об административном правонарушении, рассмотренному судьей, составляет судебный пристав-исполнитель. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, не составляется в случае, указанном в примечании 1 к статье 20.25 настоящего Кодекса.

В соответствии со статьями 30.2, 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу, в вышестоящий орган либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ст. 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу:

1) после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано;

2) после истечения срока, установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление;

3) немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

Срок предъявления постановления к исполнению – 2 года.

Руководитель управления <…>