

Управление Федеральной антимонопольной службы

по Республике Коми

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу

об административном правонарушении № 011/04/14.3-660/2020

16 ноября 2020 года

№ 03-06/9169

г. Сыктывкар

<...>

<...> 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 01.10.2020 и материалы дела № 011/04/14.3-660/2020 о совершении <...> Департамента маркетинга ПАО КБ «УБРИР» <...>, <...> (далее – <...>) 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 01.10.2020, составленным в отсутствие <...>, надлежащим образом извещённой о времени и месте составления протокола.

Определением Коми УФАС России № 03-06/7935 от 01.10.2020 рассмотрение дела № 011/04/14.3-660/2020 назначено на 16.10.2020. Определением Коми УФАС России № 03-06/8284 от 16.10.2020 рассмотрение дела № 011/04/14.3-660/2020 отложено на 16.11.2020.

Копия определения № 03-06/8284 от 16.10.2020 направлена <...> по адресу ее регистрации. Уведомление о вручении указанного почтового отправления в Коми УФАС России не вернулось. Согласно данным официального сайта Почты России почтовое отправление адресату не вручено.

В целях извещения <...> о месте и времени рассмотрения настоящего дела Коми УФАС России 02.11.2020 по адресу ее места жительства направило телеграмму. Согласно почтовому извещению от 04.11.2020 (вх. № 5665-э от 05.11.2020) телеграмма <...> не доставлена, квартира закрыта, адресат по извещению за телеграммой не является.

В соответствии с п. 6 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» в целях соблюдения установленных статьей 29.6 КоАП РФ сроков рассмотрения дел об административных правонарушениях судье необходимо принимать меры для быстрого извещения участвующих в деле лиц о времени и месте судебного рассмотрения. Поскольку КоАП РФ не содержит каких-либо ограничений, связанных с таким извещением, оно в зависимости от конкретных обстоятельств дела может быть произведено с использованием любых доступных средств связи, позволяющих контролировать получение информации лицом, которому оно направлено (судебной повесткой, телеграммой, телефонограммой, факсимильной связью и т.п., посредством СМС-сообщения, в случае согласия лица на уведомление таким способом и при фиксации факта отправки и доставки СМС-извещения адресату). Лицо, в отношении которого ведется производство по делу, считается извещенным о времени и месте судебного рассмотрения и в случае, когда из указанного им места жительства (регистрации) поступило сообщение об отсутствии адресата по указанному адресу, о том, что лицо фактически не проживает по этому адресу либо отказалось от получения почтового отправления.

Учитывая изложенное, <...> надлежащим образом извещена о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении № 011/04/14.3-660/2020.

Административное дело рассмотрено 16.11.2020 в отсутствие <...>, надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения дела.

В ходе рассмотрения дела об административном правонарушении должностным лицом Коми УФАС России установлено следующее.

В Коми УФАС России поступило обращение <...> (далее – <...>, заявитель) от 29.12.2019 (вх. № Б-163 от 30.12.2019) о распространении 26.12.2019 в 13 часов

20 минут посредством звонка с абонентского номера <...> на абонентский номер заявителя <...> рекламы следующего содержания:

«- Здравствуйте.

- Здравствуйте.

- Я могу поговорить с <...>? Меня зовут <...>, я представляю Уральский банк реконструкции и развития. <...>, наш банк на регулярной основе формирует индивидуальные выгодные предложения для своих клиентов, а также информирует о проведении акции. Вы согласны получать такую информацию от банка по СМС либо на электронную почту?

- Откуда Вы взяли телефон, я с Вами не общался.

- Видимо, в базе данных банка.

- До свидания».

По результатам рассмотрения указанного обращения принято решение о возбуждении дела № 011/05/18-143/2020 в отношении ООО «Инфо-контент» по признакам нарушения ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), о чём вынесено соответствующее определение № 03-01/1632 от 26.02.2020.

Из материалов дела № 011/05/18-143/2020 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

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 телефонного звонка;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – Уральскому банку реконструкции и развития, 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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель 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 рекламодателя.

<...> указывает, что согласия на получение рассматриваемой рекламы им не давалось.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама распространена в нарушение требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

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

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

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 рекламодателе. При этом рекламодателем 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, рекламодателем не является.

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «Инфо-контент» в материалы рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ПАО КБ «УБРиР», рекламодателем рассматриваемой

рекламы является ООО «Инфо-контент».

В материалы рекламного дела представлены письменные пояснения ПАО КБ «УБРИР», согласно которым изготовителем персонифицированной информации о предоставляемых ПАО КБ «УБРИР» услугах и заказчиком услуг по её распространению 26.12.2019 посредством звонка на абонентский номер <...> является ПАО КБ «УБРИР».

ПАО КБ «УБРИР» указало, что лицом, оказавшим услуги по обслуживанию и информированию клиентов для ПАО КБ «УБРИР», а также по доведению персонифицированной информации об услугах Банка 26.12.2019 посредством звонка на абонентский номер <...>, является ООО «Инфо-контент».

ПАО КБ «УБРИР» пояснило, что в целях распространения рассматриваемой информации, между ПАО КБ «УБРИР» и ООО «Инфо-контент» был заключён договор об оказании услуг № 28832/32143 от 20.05.2019.

В материалы рекламного дела представлена копия договора об оказании услуг № 28832/32143, заключённого 20.05.2019 между ООО «Инфо-контент» (Исполнитель) и ПАО КБ «УБРИР» (Заказчик) (далее – договор).

Согласно п. 2.1 договора Исполнитель обязуется по заданию и в интересах Заказчика оказать Заказчику комплекс услуг по обслуживанию клиентов и потенциальных клиентов, с целью их привлечения, состав которых описан в Рабочих заданиях к Договору (далее – Услуги), а Заказчик обязуется принять и оплатить оказанные Исполнителем Услуги.

В соответствии с п. 3.4.1 договора Заказчик обязан предоставлять Исполнителю базу данных, включающую контактные данные клиентов, необходимые для оказания Услуг, в объеме, необходимом Исполнителю для оказания Услуг, указанных в приложении № 1 к настоящему договору.

Согласно п. 3.4.2 договора Заказчик обязан представлять Исполнителю за 15 (пятнадцать) рабочих дней до момента начала предоставления Услуг организационно-распорядительные и инструктивные документы, в том числе сценарии разговора Оператора с клиентом, разработанные Заказчиком и необходимые Исполнителю для выполнения своих обязательств по настоящему договору, по электронной почте контактными лицам Исполнителя, указанным для этой цели в п. 10.12 настоящего договора. Сценарии разговора Оператора с клиентом, утверждённые Заказчиком и переданные для использования Исполнителю, должны соответствовать требованиям, установленным ст. 15 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», ст. 18 Закона о рекламе в части идентификации Клиента, получения от него согласия на предоставление рекламной информации, и общим требованиям Закона о рекламе к рекламе определенных товаров и услуг.

Пунктом 5.5 договора определено, что Заказчик гарантирует, что сценарии

разговора Оператора с клиентом, утверждённые Заказчиком и переданные для использования Исполнителю, соответствуют требованиям, предъявляемым законодательством о рекламе и о персональных данных к Услугам, оказываемым Исполнителем по настоящему договору, и несет всю ответственность за нарушение данной гарантии в виде возмещения Исполнителю понесенных им документально подтверждённых убытков, возникших вследствие наложения административного взыскания в виде штрафов либо взысканных с Исполнителя по решению суда.

Как указывает ООО «Инфо-контент», согласно Рабочему заданию № 13 от 29.11.2019 Исполнитель принял на себя обязанность оказать Заказчику услуги исходящего телемаркетинга «Обзвон физических лиц с целью продажи услуг банка» в период с 02.12.2019 по 30.12.2019. На основании п. 1.2 указанного рабочего задания Заказчик передал Исполнителю базу данных своих клиентов посредством использования сервиса Open API.

ООО «Инфо-контент» указывает, что факт передачи Заказчиком персональных данных <...> в целях совершения ему исходящего вызова подтверждается выгрузкой из файла LOGS с базы сервиса Open API (UBRIR/UBRIR Contactsimporting) в заявке ID <...> по API <...> (указанный скриншот представлен в материалы рекламного дела).

Таким образом, как указывает ООО «Инфо-контент», совершая исходящий вызов <...>, Исполнитель действовал от имени и по поручению своего Заказчика, а именно, совершал звонок, будучи уверенным в том, что <...> является клиентом банка; все необходимые согласия от него на обработку его персональных данных, получение информации от банка по его услугам, получение иной информации, связанной с их взаимоотношениями клиент/банк, от него получены банком (заказчиком по договору); при этом, как следует из пояснений самого <...>, он клиентом банка не является, что при всей должной осмотрительности Исполнителя - ООО «Инфо-контент» ему не было и не могло быть известно.

Как пояснило ООО «Инфо-контент», в рамках рабочего задания № 13 на оказание услуг в период со 02.12.2019 по 30.12.2019 Заказчик корректирует скрипты диалогов и направляет их посредством электронной почты для использования в определенный период времени; 13.12.2019 на электронную почту руководителя проекта «УБРИР» поступила информация об изменении скрипта с 17.12.2019; звонок <...> был совершен в рамках скрипта от 17.12.2019.

Как указывает ПАО КБ «УБРИР», согласно приложению № 1 к договору ООО «Инфо-контент» оказывались услуги по исходящему телемаркетингу (исходящие вызовы клиентам ПАО КБ «УБРИР») с целью предложения им услуг ПАО КБ «УБРИР»; услуги предлагались конкретным физическим лицам по сценарию разговора оператора с клиентом, что предусмотрено п. 3.4.2 договора.

ПАО КБ «УБРИР» указывает, что 29.11.2019 между сторонами было согласовано Рабочее задание к договору об оказании услуг телемаркетинга в период с 02.12.2019 по 30.12.2019; в соответствии с данным Рабочим заданием ПАО КБ «УБРИР» 26.12.2019 предоставило ООО «Инфо-контент» посредством использования сервиса Open API (в электронном виде) базу данных, включающую информацию, необходимую для осуществления исходящего обзвона. В числе указанной информации были данные конкретного физического лица, включающие его имя и отчество, а также контактный телефон, в результате чего в тот же день клиенту поступил звонок на телефон <...> с целью получить от него согласие о получении от Банка индивидуальных выгодных предложений, а также информации о проведении акций. Оператор ООО «Инфо-контент» в соответствии с установленным сценарием обратился непосредственно к лицу, указанному Банком, назвав его по имени и отчеству.

Комиссией Коми УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что рассматриваемая реклама распространена в интересах ПАО КБ «УБРИР». Исходящий вызов, посредством которого распространялась реклама, совершался ООО «Инфо-контент», с которым ПАО КБ «УБРИР» заключило договор на оказание услуг. В целях исполнения условий договора ПАО КБ «УБРИР» предоставило ООО «Инфо-контент» базу данных клиентов и сценарий разговора оператора с клиентом. При этом ПАО КБ «УБРИР» гарантировало, что сценарий разговора оператора с клиентом, утверждённый Заказчиком и переданный для использования Исполнителю, соответствуют требованиям, в том числе законодательства о рекламе. Оператор колл-центра ООО «Инфо-контент», позвонив на абонентский номер заявителя, сообщил ему информацию согласно предоставленному банком сценарию (скрипту).

Частью 7 статьи 38 Закона о рекламе установлено, что ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 данного закона несёт рекламораспространитель. При этом Законом о рекламе не установлено ограничений в отношении количества лиц, которых можно признать рекламораспространителями.

Рекламораспространителями являются лица, осуществляющие фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

Комиссия, с учётом всех обстоятельств рекламного дела, в том числе роли ПАО КБ «УБРИР» и ООО «Инфо-контент» в распространении рассматриваемой рекламы, пришла к выводу, что в данном случае рекламораспространителями являются ПАО КБ «УБРИР» и ООО «Инфо-контент», поскольку оба указанных лица участвовали в распространении рассматриваемой рекламы и именно их совместными действиями осуществлялось непосредственное доведение рекламы до конечных получателей.

Таким образом, из материалов рекламного дела усматривается, что

рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ПАО КБ «УБРИР», рекламодателем рассматриваемой рекламы являются ПАО КБ «УБРИР» и ООО «Инфо-контент».

ПАО КБ «УБРИР» и ООО «Инфо-контент» не согласны с рекламным характером рассматриваемой информации, распространённой заявителем.

По мнению ПАО КБ «УБРИР», персонализированный запрос согласия на получение от Банка индивидуальных выгодных предложений с информацией о проведении акций, сделанный по телефону, адресованный и предназначенный непосредственно <...>, рекламой не является.

ООО «Инфо-контент» полагает, что информация, которую банк предоставляет своим клиентам, рекламной не является, поскольку направлена на информирование своих клиентов об оказываемых им услугах.

Комиссия отклонила вышеуказанные доводы ПАО КБ «УБРИР» и ООО «Инфо-контент» как несостоятельные в связи с нижеследующим.

ФАС России в письме от 25.06.2013 № АК/24455/13 «О рекламных SMS-сообщениях» разъяснила, что в норме п. 1 ст. 3 Закона о рекламе под неопределённым 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. Таким образом, под рекламой понимается определённая неперсонализированная информация, направленная на продвижение определённого объекта рекламирования, даже если она направляется по определённому адресному списку.

Из письма ФАС России от 25.06.2013 № АК/24455/13 следует, что если информация, направляемая в SMS-сообщениях, содержит сведения об услугах банка обобщённого характера, то такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на упоминание имени и отчества абонента, представляет интерес для неопределённого круга лиц и является рекламой.

ФАС России в письме от 20.06.2018 № АД/45557/18 «Об оценке неопределённого круга лиц в рекламе» разъяснила, что под рекламой понимается определённая неперсонализированная 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 неопределённый 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 её целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за

пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

Реклама должна формировать или поддерживать интерес к объектам рекламирования, в том числе к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям.

Из содержания рассматриваемой информации, распространённой по телефону, следует, что заявителю были сообщены сведения, содержащие все правовые признаки рекламы, установленные п. 1 ст. 3 Закона о рекламе. Так, оператор, поздоровавшись с заявителем и представившись, сразу же сообщила о том, что Уральский банк реконструкции и развития на регулярной основе формирует индивидуальные выгодные предложения для своих клиентов, а также информирует о проведении акции. Использованные в рассматриваемом сообщении формулировки преследует цель продвижения на рынке определенных услуг банка.

Рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к ПАО КБ «УБРиР», формирует интерес к нему, следовательно, продвигает его на рынке, что прямо указывает на признаки рекламы.

В силу п. 3 ч. 2 ст. 2 Закона о рекламе настоящий Федеральный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Справочно-информационные материалы представляют собой совокупность упорядоченных сведений по отдельной тематике, зафиксированных на материальном носителе. Это могут быть статистические, сводные или регулярно видоизменяющиеся полезные данные, основанные на количественных и качественных показателях отдельных явлений, объектов.

Вместе с тем, рассматриваемая информация не носит справочно-информационного характера.

Таким образом, вышеуказанная информация, распространенная посредством телефонного звонка, является рекламой.

По мнению ООО «Инфо-контент», реклама с нарушением ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе Обществом не распространялась, поскольку согласие <...> на получение на абонентский номер <...> информации рекламного характера было запрошено в процессе звонка оператором колл-центра Общества; после отказа абонента от её получения разговор был прекращён.

Согласно письменным пояснениям ПАО КБ «УБРиР», представленным в материалы рекламного дела, <...> клиентом ПАО КБ «УБРиР» не является; оператором колл-центра ООО «Инфо-контент» в процессе звонка было запрошено исключительно согласие <...> на получение от Банка индивидуальных выгодных предложений, а также информации о проведении

акций по СМС либо на электронную почту; после отказа от её получения телефонный разговор с <...> был прекращен, информация до абонента не доводилась.

Комиссия отклонила вышеуказанные доводы ПАО КБ «УБРИР» и ООО «Инфо-контент» как не соответствующие действительности, поскольку в процессе телефонного звонка оператором колл-центра была доведена до абонента рекламная информация без предварительного запроса согласия абонента на её получение. Как следует из аудиозаписи телефонного разговора, вопрос оператора «Вы согласны получать такую информацию от банка по СМС либо на электронную почту?» последовал после озвучивания информации рекламного характера.

Как следует из письменных пояснений ООО «Инфо-контент», представленных в материалы рекламного дела, территория распространения рассматриваемой рекламы включает 32 субъекта Российской Федерации: Ростовскую область, Челябинскую область, Нижегородскую область, Кемеровскую область, Ленинградскую область, Новосибирскую область, Удмуртскую Республику, Томскую область, Свердловскую область, Омскую область, Оренбургскую область, Белгородскую область, Курскую область, Алтайский край, Ульяновскую область, г. Санкт-Петербург, Тюменскую область, Краснодарский край, Волгоградскую область, г. Москву, Московскую область, Кировскую область, Республику Татарстан, Республику Башкортостан, Курганскую область, Чувашскую Республику, Воронежскую область, Пермский край, Ханты-Мансийский автономный округ, Саратовскую область, Липецкую область, Самарскую область.

Также ООО «Инфо-контент» указало, что контакт заявителя был передан как зарегистрированный на территории Пермского края; точный период распространения рассматриваемой рекламы – с 17.12.2019 по 29.12.2019, с 30.12.2019 скрипт был изменён заказчиком.

ПАО КБ «УБРИР» пояснило, что рассматриваемая информация для <...> распространялась на территории Республики Коми.

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 <...> входит в диапазон номеров, выделенный оператору сотовой связи на территории Республики Коми.

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

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 ПАО КБ «УБРИР» <...>. Таким образом, <...> нарушены требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Решением Комиссии № 03-01/4692 от 01.06.2020 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, - влечёт наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Рассматриваемые действия не подпадают под признаки административных правонарушений, предусмотренных частями 2 - 6 статьи 14.3, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ.

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

Время совершения административного правонарушения: 26.12.2019 в 13 часов 20 минут.

Место совершения административного правонарушения: Республика 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.

В материалы рекламного дела ПАО КБ «УБРИР» представило письменное объяснение <...> Департамента маркетинга ПАО КБ «УБРИР» <...>. Из объяснения <...> следует, что в декабре 2019 года она занимала указанную должность, в её должностные обязанности входили организация и контроль за проведением банком рекламных/информационных кампаний, а также на неё был возложен контроль за соблюдением подчинёнными работниками требований действующего законодательства; заключение и исполнение

договора об оказании услуг с ООО «Инфо-контент» № 28832/32143 от 20.05.2019 осуществлялось Департаментом маркетинга ПАО КБ «УБРиР».

В соответствии с п. 2.54 должностной инструкции <...> Департамента маркетинга ПАО КБ «УБРиР» организует и контролирует проведение рекламных/информационных кампаний, направленных на взаимодействие с действующими клиентами, а также привлечение новых клиентов банка.

Согласно приказу о переводе работника на другую работу <...> переведена на должность <...> Департамента маркетинга ПАО КБ «УБРиР».

Из материалов рекламного и административного дел усматривается, что должностное лицо ПАО КБ «УБРиР» - <...> не предприняла достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути уклонилась от обязанности по контролю за соответствием рекламы, распространяемой посредством телефонного звонка, Закону о рекламе, что является исключительной зоной ответственности рекламораспространителя.

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

Исследовав материалы административного и рекламного дел, должностное лицо приходит к выводу о том, что 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 ею 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.

Учитывая изложенное, 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 обстоятельства, смягчающего административную ответственность <...>, – прекращение правонарушения на дату вынесения постановления.

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. В связи с чем, оснований для прекращения производства по делу не имеется.

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

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ 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.

ПАО КБ «УБРИР» не является субъектом малого и среднего предпринимательства, следовательно, нормы части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ в рассматриваемом случае не могут быть применены.

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.

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

Определениями Коми УФАС России № 03-06/7935 от 01.10.2020, № 03-06/8284 от 16.10.2020 у <...> были истребованы, в том числе сведения о ее имущественном

положении с приложением подтверждающих документов. На дату рассмотрения дела об административном правонарушении указанные сведения <...> не представлены.

На основании вышеизложенного, принимая во внимание цели административного наказания, установленные ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, учитывая характер совершенного правонарушения, личность <...>, отсутствие сведений об имущественном положении <...>, наличие обстоятельства, смягчающего административную ответственность, отсутствие обстоятельств, отягчающих административную ответственность, 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 <...> Департамента маркетинга ПАО КБ «УБРиР» <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить <...> Департамента маркетинга ПАО КБ «УБРиР» <...> 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:

ГРКЦ НБ Респ. Коми Банка России		БИК	048702001				
г. Сыктывкар		Сч. №					
Банк получателя		Сч. №	40101810000000010004				
ИНН 1101481197	КПП 110101001						
УФК ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ							
(Управление антимонопольной Республике Коми)		Федеральной службы по					
		Вид оп.	01	Срок плат.			
		Наз. пл.		Очер. плат.	3		
		Код		Рез. поле			
16111601141010003140	87701000	0	0	0	0	0	

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 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 статьей 30.3 КоАП РФ постановление по делу об

административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу 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.

<...>