

ИГ/5762/1806.02.2018

АО «Тинькофф Банк»

1-й Волоколамский пр-д, д. 10, стр. 1,
г. Москва, 123060

ООО «Интернет Бизнес Вендинг»

Индустриальный пр-т, д. 40,
стр. 1, пом. 323,
г. Санкт-Петербург, 195279

АО «Компания ТрансТелеКом»

Тестовская ул., д. 8,
г. Москва, 123317

ООО «Т2 Мобайл»

Ленинградское ш., д. 39А, стр. 1,
г. Москва, 125212

ИП Русаков В.А.

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-18-169/77-17

«28» ноября 2017 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – <...>

членов Комиссии – <...><...>

рассмотрев дело № 3-18-169/77-17, возбужденное в отношении ООО «Интернет Бизнес Вендинг» (ОГРН 1077847401158, ИНН 7806361573, КПП 780601001) части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания:

«Меня зовут Елена. Я звоню вам с целью озвучить предложение по банковским услугам. Сейчас удобно выслушать?... скажите, пожалуйста, как я могу к вам обращаться?... Я представитель АО «Тинькофф Банк». Дело в том, что мы готовы сделать вам индивидуальное предложение, чтобы получить нашу новую многофункциональную кредитную карту», поступившего 28.04.2017 в 12:25 с номера +7-800-755-27-71,

в отсутствие представителей АО «Тинькофф Банк», ООО «Интернет Бизнес Вендинг», АО «Компания ТрансТелеКом», ООО «Т2 Мобайл», ИП Русакова В.А. (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-18-169/77-17 возбуждено в отношении ООО «Интернет Бизнес Вендинг» на основании обращения физического лица по факту распространения на телефонный номер <...> рекламы посредством

телефонного звонка следующего содержания:

«Меня зовут Елена. Я звоню вам с целью озвучить предложение по банковским услугам. Сейчас удобно выслушать?... скажите, пожалуйста, как я могу к вам обращаться?... Я представитель АО «Тинькофф Банк». Дело в том, что мы готовы сделать вам индивидуальное предложение, чтобы получить нашу новую multifunctional кредитную карту», поступившего 28.04.2017 в 12:25 с номера +7-800-755-27-71.

В ходе рассмотрения дела Комиссией было установлено, что лицом в действиях которого также содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, является ИП Русаков В.А.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

АО «Тинькофф Банк» (место нахождения: 123060, г. Москва, 1-й Волоколамский пр-д, д. 10, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 28.11.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739642281, ИНН 7710140679, КПП 773401001.

ООО «Интернет Бизнес Вендинг» (место нахождения: 195279, г. Санкт-Петербург, Индустриальный пр-т, д. 40, стр. 1, пом. 323) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 16.05.2007 за основным государственным регистрационным номером 1077847401158, ИНН 7806361573, КПП 780601001.

АО «Компания ТрансТелеКом» (место нахождения: 123317, г. Москва, Тестовская ул., д. 8) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 21.11.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739598248, ИНН 7709219099, КПП 770301001.

ООО «Т2 Мобайл» (место нахождения: 125212, г. Москва, Ленинградское ш., д. 39А, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.07.2013 за основным государственным

регистрационным номером 1137746610088, ИНН 7743895280, КПП 774301001.

ИП Русаков В.А. (место жительства:<...>) является индивидуальным предпринимателем, включен в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей 02.02.2017 за основным государственным регистрационным номером 317784700027633.

Согласно материалам дела № 3-18-169/77-17, 28.04.2017 в 12:25 на телефонный номер<...> посредством телефонного звонка поступила реклама «Меня зовут Елена. Я звоню вам с целью озвучить предложение по банковским услугам. Сейчас удобно выслушать?... скажите, пожалуйста, как я могу к вам обращаться?... Я представитель АО «Тинькофф Банк». Дело в том, что мы готовы сделать вам индивидуальное предложение, чтобы получить нашу новую многофункциональную кредитную карту» с номера телефона +7-800-755-27-71.

Поступление указанной рекламы на номер телефона <...> подтверждается аудиозаписью телефонного разговора, содержащей текст рассматриваемой рекламы, а также детализированной выпиской от оператора связи, представленной заявителем (вх. № 21899).

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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.

В соответствии со статьей 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; электросвязь — любые излучения, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным абонентам. В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации. При этом исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

Более того, даже и упоминание фамилии, имени или отчества абонента при распространении рекламы по сетям электросвязи не свидетельствует о ее индивидуализированном, не рекламном характере, так как такая информация носит обобщённый характер, способна формировать интерес к данному объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила такая информация, но и у иного лица. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение, представляет интерес для неопределённого круга лиц и являются рекламой. Указанная позиция согласуется и с письмом ФАС России от 27.06.2016 № АД/43482/16.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что исходя из специфики распространения рекламы посредством телефонного звонка (то есть возможности получения персональной информации непосредственно от абонента), реклама не была направлена на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания. В материалах дела не представлено доказательств осуществления спорного телефонного звонка исключительно в адрес одного физического лица — заявителя.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В данном случае объектом рекламирования являлись услуги по получению бесплатной юридической консультации.

Рекламораспространитель, осуществляя телефонный звонок, определенному абоненту, имел цель довести до него информацию исключительно рекламного характера, а не какую-либо иную (справочную, личную и т. д.).

Таким образом, информация, распространенная посредством телефонного звонка на номер телефона <...>, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку не представляется возможным установить, для кого именно создано данное сообщение и на восприятие кого оно направлено; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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 рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено.

Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием. Необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом надлежит понимать лицо, на чей телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 15 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного

рекламораспространителя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

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

Согласно письменным пояснениям ИП Русакова В.А. согласие абонента было получено непосредственно во время телефонного разговора с абонентом, а именно путем положительного ответа на вопрос, можно ли озвучить для абонента рекламное предложение.

Комиссия Московского УФАС России не может признать такое согласие абонента на получение рекламы надлежащим по следующим основаниям.

Согласно статье 1 Закона о рекламе, одной из его целей является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.

Исходя из положения части 1 статьи 18 Закона о рекламе, законодатель, учитывая желание рекламораспространителей использовать сети электросвязи для распространения рекламы, а также права и интересы граждан, дал абонентам (адресатам) возможность самим выбирать от каких лиц они готовы получать рекламную информацию подобным способом.

Целью закрепления в части 1 статьи 18 Закона о рекламе обязанности рекламораспространителя получать предварительное согласия абонентов на получения рекламы является защита граждан от поступления на их телефонные номера, адреса электронной почты нежелательных рекламных телефонных звонков и сообщений (смс, e-mail).

Необходимо отметить, что в контексте именно телефонных звонков статьей 18 Закона о рекламе очевидно разграничены два способа получения рекламы абонентом по сетям электросвязи.

Первый способ исходит из частей 1 и 2 статьи 18 Закона о рекламе и предполагает, что рекламораспространитель сам инициирует

взаимодействие с абонентом или адресатом, при этом такая инициация разрешена лишь если потребитель заранее выразил желание получать рекламу от конкретного рекламораспространителя.

Второй способ регулируется частями 3 и 4 статьи 18 Закона о рекламе, при которых абонент сам осуществляет действия, направленные на взаимодействие с рекламораспространителем, и в данном случае согласия абонента на получение рекламы не требуется, а необходимо лишь выполнить определенные условия (после сообщения запрашиваемой справки, бесплатно и т. п.).

Такое особое законодательное регулирование распространения рекламы одним из способов связи (телефонное соединение), постановка такого регулирования в прямую зависимость от субъекта, непосредственно иницирующего взаимодействие (реklamораспространитель или абонент), свидетельствует о вышеуказанной цели регулирования части 1 статьи 18 Закона о рекламе — недопустимости совершения самого телефонного звонка, призванного привлечь внимание к объекту рекламирования.

Более того, согласно пункту 2 Правил оказания услуг телефонной связи, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 09.12.2014 № 1342, под телефонным соединением понимается установленное в результате вызова взаимодействие между средствами связи, позволяющее абоненту и (или) пользователю услуг телефонной связи передавать и (или) принимать голосовую и (или) неголосовую информацию.

Исходя из вышеизложенного следует, что в случае, когда взаимодействие иницируется рекламораспространителем, моментом начала распространения посредством телефонного звонка рекламной информации является момент поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента, а не момент непосредственного оглашения рекламной информации абоненту. Более того, рекламораспространитель и не ставит себе иной конечной цели кроме как сформировать интерес к товару (работе, услуге).

Обязанность рекламораспространителя предварительно получить согласие абонента на получение рекламы предполагает совершение им действий, направленных на получение согласия абонента, до начала распространения рекламы по сетям электросвязи, т. е. в случае с распространением рекламы посредством телефонного звонка до поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента.

Таким образом, в полной мере реализуется цель законодателя оградить абонентов от нежелательных звонков, осуществляемых в рекламных

целях, в целом, а не только от дальнейшего прослушивания рекламной информации после выражения отказа.

Более того, распространение рекламной информации посредством сетей электросвязи (телефонного звонка) предполагает со стороны рекламораспространителя определение абонентов, которым должен быть совершен телефонный звонок.

При этом, исходя из части 1 статьи 18 Закона о рекламе, согласие на получение рекламы должно быть получено именно от абонента телефонного номера.

Согласно пункту 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи», абонентом является пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Более того, как было указано выше, согласие абонента должно быть выражено в форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Таким образом, не имея данных об абоненте, которому выделен телефонный номер <...> лицо, осуществляющее распространение рекламы, не имело возможности удостовериться в том, что собеседником в телефонном разговоре является именно владелец телефонного номера, а не какое-либо иное лицо, а равно, что абонент желал поступление такого телефонного звонка.

Согласие абонента, полученное во время телефонного разговора с заявителем, не может считаться надлежащим также и по следующему основанию.

В рассматриваемом случае абоненту в начале телефонного разговора был задан вопрос относительно возможности озвучить для абонента рекламное предложение, предложено воспользоваться банковскими услугами, а затем предложено получить кредитную карту банка.

Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламораспространитель не имел предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

В соответствии с Российским планом нумерации телефонный номер +7 800 755 27-71 принадлежит АО «Компания ТрансТелеКом».

Согласно данным, предоставленным АО «Компания ТрансТелеКом», телефонный номер +7 800 755 27-71 выделен АО «Тинькофф Банк» на

основании Договора об оказании услуг телефонной связи № MS005780 от 13.11.2012 (далее — Договор 1).

В соответствии с пунктом 2 Договора 1 АО «Компания ТрансТелеКом» оказывает АО «Тинькофф Банк» услуги, а последнее принимает и оплачивает их.

При этом согласно приложению к Договору 1 номер +7 800 755 27-71 включен в услуги ИСС «Бесплатный вызов».

Согласно пункту 2.1 приложения 2 к Договору 1 в рамках оказания услуг ИСС «Бесплатный вызов» АО «Тинькофф Банк», АО «Компания ТрансТелеКом» выделяет АО «Тинькофф Банк» интеллектуальный номер <...> предоставляет возможность соединения пользователей ИСС («Бесплатный вызов») с интеллектуальным номером, выделенным АО «Тинькофф Банк»; осуществляет обслуживание входящих вызовов на интеллектуальный номер их направление в соответствии с заданным сценарием обработки вызовов; предоставляет АО «Тинькофф Банк» информацию о состоявшихся соединениях с интеллектуальным номером и применяемым сценарием обработки вызовов.

В свою очередь, согласно пояснениям АО «Тинькофф Банк» последним был заключен Договор № 01-ИБВ-17 от 03.04.2017 с ООО «Интернет Бизнес Вендинг» (далее также Договор 2).

Согласно разделу 1 Договора 2 ООО «Интернет Бизнес Вендинг» обязуется оказывать услуги, направленные на привлечение потенциальных клиентов для АО «Тинькофф Банк» путем осуществления исходящих голосовых вызовов потенциальным клиентам, с целью предложения продуктов АО «Тинькофф Банк», а также оформления анкет на ее получение, а АО «Тинькофф Банк» обязуется оплачивать указанные услуги в соответствии с Договором 2.

В соответствии с пунктом 2.1.1 Договора 2 ООО «Интернет Бизнес Вендинг» обязуется доводить до сведения потенциальных клиентов всю информацию о продуктах АО «Тинькофф Банк», и в случае явно выраженного согласия потенциального клиента на заполнение анкеты — заполнять от имени клиента анкету.

Также согласно пункту 2.1.6 Договора 2 в целях исполнения Договора 2 ООО «Интернет Бизнес Вендинг» привлекает третьих лиц для осуществления ими поиска потенциальных клиентов, формирования базы потенциальных клиентов и получения согласия от потенциальных клиентов на получение ими предложений рекламного характера от кредитных организаций, при этом оставаясь ответственным за действия третьих лиц.

Кроме того, согласно пункту 5.3 Договора 2 стороны гарантируют и подтверждают, что оказывают услуги по Договору 2 в соответствии с действующим законодательством о защите персональных данных и о рекламе.

При этом в соответствии с разделом «Термины и определения» Договора 2 под потенциальным клиентом понимаются физические лица, граждане РФ, имеющие прямую или косвенную потребность в использовании продуктов АО «Тинькофф Банк».

Кроме того, по договору услуг № 03-ИБВ-17 от 03.04.2017 (далее также Договор 3) АО «Тинькофф Банк», использующий абонентское оборудование и абонентские номера в соответствии с Договором 1, обязуется предоставить ООО «Интернет Бизнес Вендинг» абонентские номера на условиях, в порядке и в сроки, определяемые сторонами в Договоре 3.

Согласно пункту 2.2 Договора 3 ООО «Интернет Бизнес Вендинг» обязуется использовать абонентские номера, предоставленные ООО «Интернет Бизнес Вендинг» АО «Тинькофф Банк» по Договору 3, исключительно в целях привлечения потенциальных клиентов в АО «Тинькофф Банк».

В свою очередь, между ООО «Интернет Бизнес Вендинг» и ИП Русаковым В.А. заключен Договор № 04/1-ИБВ-17 от 03.04.2017 (далее — Договор 4).

Согласно разделу 1 Договора 4 ИП Русаков В.А. обязуется оказывать услуги ООО «Интернет Бизнес Вендинг», направленные на привлечение потенциальных клиентов, формирование базы потенциальных клиентов, анкетирование и получение согласия от потенциальных клиентов на получение ими предложений рекламного характера по средствам коротких смс-сообщений, голосовых телефонных вызовов и e mail сообщений от кредитных организаций, страховых компаний, микрофинансовых организаций, форекс-клубов, туристических компаний, автосектора, недвижимости и других компаний, являющимися клиентами ООО «Интернет Бизнес Вендинг», а ООО «Интернет Бизнес Вендинг» обязуется оплачивать указанные услуги в соответствии с Договором.

В соответствии с пунктом 2.1.1 Договора 4 ИП Русаков В.А. обязуется доводить до сведения потенциальных клиентов всю информацию о продуктах клиентов ООО «Интернет Бизнес Вендинг», и в случае явно выраженного согласия потенциального клиента на заполнение анкеты — заполнять от имени клиента анкету.

Кроме того, согласно пункту 5.3 Договора 4 стороны гарантируют и подтверждают, что оказывают услуги по Договору 4 в соответствии с

действующим законодательством о защите персональных данных и о рекламе.

При этом в соответствии с разделом «Термины и определения» Договора 4 под потенциальным клиентом понимаются физические лица, граждане РФ, имеющие прямую или косвенную потребность в использовании продуктов клиента ООО «Интернет Бизнес Вендинг».

Кроме того, по договору на предоставление права использования абонентских номеров № 04-ИБВ-17 от 03.04.2017 (далее также Договор 5) ООО «Интернет Бизнес Вендинг», использующее абонентское оборудование и абонентские номера в соответствии с Договором 2, обязуется предоставить абонентские номера ИП Русакову В.А. на условиях, в порядке и в сроки, определяемые сторонами в Договоре 5.

Согласно пункту 2.2 Договора 3 ИП Русаков В.А. обязуется использовать абонентские номера, предоставленные ИП Русакову В.А. ООО «Интернет Бизнес Вендинг» по Договору 5, исключительно в целях привлечения потенциальных клиентов для клиентов ООО «Интернет Бизнес Вендинг», а также оплатить вознаграждение ООО «Интернет Бизнес Вендинг».

Согласно статье 309 Гражданского кодекса, обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований — в соответствии с обычаями делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

В этой связи действия ИП Русакова В.А. противоречат ранее приведенным положениям договоров.

Обратного ИП Русаковым В.А. не доказано, в связи с чем не представляется возможным говорить о том, что на ИП Русакова В.А. не могут быть возложены обязанности, предъявляемые к рекламодателям.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту граждан как наиболее слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях от получения нежелательной рекламы, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской

Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение 28.04.2017 в 12:25 на телефонный номер <...> рекламы работ, услуг с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе является ненадлежащим.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несут рекламораспространители.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что непосредственное доведение рассматриваемого рекламы до потребителя осуществлял ИП Русаков В.А. в силу прямого доступа к номеру телефона, с которого совершен звонок.

Таким образом, ИП Русаков В.А. в рамках рассмотрения данного дела, признается рекламораспространителем, а равно несет ответственность, предусмотренную Законом о рекламе для данного субъекта правоотношений.

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, законной по содержанию, но не по способу распространения потребителю рекламы, ИП Русаковым В.А. не представлено.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ИП Русакова В.А. установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении 28.04.2017 в 12:25 рекламы товаров (работ, услуг) на номер телефона <...> с номера +7-800-755-27-71 без предварительного согласия абонента на ее получение.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения рассматриваемой рекламы, указанным способом ИП Русаковым В.А. не представлено.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ИП Русакову В.А. предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно распространения рекламы нарушающим положения Закона о рекламе способом, а также организации и инициации такого распространения.

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

При этом местом и временем совершения правонарушения является место и время получения каждым конкретным абонентом данной рекламы. Согласно представленным в материалах дела документам и

сведениям, спорный телефонный звонок был осуществлен 28.04.2017.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности на момент оглашения резолютивной части решения не истек.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ИП Русакова В.А. (ОГРНИП 317784700027633) нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе в связи с распространением 28.04.2017 в 12:25 рекламы товаров (работ, услуг) на номер телефона <...> посредством телефонного звонка следующего содержания: «Меня зовут Елена. Я звоню вам с целью озвучить предложение по банковским услугам. Сейчас удобно выслушать?... скажите, пожалуйста, как я могу к вам обращаться?... Я представитель АО «Тинькофф Банк». Дело в том, что мы готовы сделать вам индивидуальное предложение, чтобы получить нашу новую многофункциональную кредитную карту» с номера телефона +7-800-755-27-71, совершенного без предварительного согласия абонента.

2. В отношении ООО «Интернет Бизнес Вендинг» (ОГРН 1077847401158, ИНН 7806361573, КПП 780601001) рассмотрение дела прекратить в связи с неподтверждением в его действиях нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ИП Русакову В.А. (ОГРНИП 317784700027633) предписание о прекращении, недопущении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

Исполнитель: <...>

ИП Русаков В.А.

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 441

о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе

«28» ноября 2017 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – <...>

членов Комиссии – <...><...>

на основании своего решения по делу № 3 18-169/77 17 о признании ненадлежащим распространением 28.04.2017 в 12:25 рекламы товаров (работ, услуг) на номер телефона <...> посредством телефонного звонка следующего содержания: «Меня зовут Елена. Я звоню вам с целью озвучить предложение по банковским услугам. Сейчас удобно выслушать?... скажите, пожалуйста, как я могу к вам обращаться?... Я представитель АО «Тинькофф Банк». Дело в том, что мы готовы сделать вам индивидуальное предложение, чтобы получить нашу новую многофункциональную кредитную карту» с номера телефона +7-800-755-27-71, поскольку при распространении нарушены требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1, частью 3 статьи 36 Закона о рекламе, пункта 44, пункта 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Русакову В.А. в десятидневный срок со дня получения настоящего Предписания прекратить распространение ненадлежащей рекламы <...> по сетям электросвязи, в том числе на номер телефона <...> с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

2. ИП Русакову В.А. в трехдневный срок со дня исполнения настоящего предписания представить в адрес Московского УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего Предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о

прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Московское УФАС России в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях вправе наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

Исполнитель:<...>