

## РЕШЕНИЕ

по делу № 043/05/18-968/2020

г. Киров

Резолютивная часть решения оглашена 26 ноября 2020 года.

В полном объеме решение изготовлено 30 ноября 2020 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председателя Комиссии:

<...> – руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области;

Членов Комиссии:

<...> – главного специалиста – эксперта отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области,

<...> – специалиста первого разряда отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области,

рассмотрев материалы дела № 043/05/18-968/2020, возбужденного по признакам нарушения АО «Банк Русский Стандарт» ч. 1, 2 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), по факту распространения 16.09.2020 в 13:53 с номера <...> на абонентский номер <...> звонка с рекламной информацией следующего содержания: *«Добрый день! Меня зовут Анна, банк Русский Стандарт. Для вас мы улучшили условия и подготовили выгодное предложение. Позвольте рассказать вам подробнее, это займет всего несколько минут. Для этого нажмите 1 – вам перезвонят...»* в отсутствие согласия абонента на его получение,

в отсутствие:

заявителя – физического лица,

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, – АО «Банк Русский Стандарт» (далее – Общество, Банк),

## УСТАНОВИЛА:

в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило обращение физического лица от 17.09.2020 (вх. № 6481 от 17.09.2020) по вопросу получения 16.09.2020 в 13:53 на абонентский номер <...> звонка с рекламной информацией следующего содержания: *«Добрый день! Меня зовут Анна, банк Русский Стандарт. Для вас мы улучшили условия и подготовили выгодное предложение. Позвольте рассказать вам подробнее, это займет всего несколько минут. Для этого нажмите 1 – вам перезвонят...»* с номера <...> в отсутствие согласия абонента на его получение.

По факту распространения вышеназванной рекламы по сетям электросвязи без предварительного согласия абонента посредством автоматического дозвонивания определением от 02.11.2020 было возбуждено дело № 043/05/18-968/2020 в отношении АО «Банк Русский Стандарт» по признакам нарушения ч. 1, 2 ст. 18 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 26.11.2020.

На заседание комиссии, состоявшееся 26.11.2020, заявитель – физическое лицо, надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела, не явился, письмом от 05.11.2020 (вх. № 7657 от 05.11.2020) заявил ходатайство о рассмотрении дела в свое отсутствие.

Ответчик – АО «Банк Русский Стандарт», надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела, представителя не направил, письмом от 23.11.2020 (вх. № 8172 от 24.11.2020) заявил ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя, а также представил запрашиваемые документы в полном объеме.

Согласно представленным письменным пояснениям АО «Банк Русский Стандарт» факт нарушения ч. 1, 2 ст. 18 Федерального закона «О рекламе» не признает. Ответчик обосновывает свою позицию тем, что при осуществлении телефонных звонков работники Банка осуществляют телефонный набор номера вручную, в процессе разговора используют специальные утвержденные Банком тексты («скрипт»), поэтому 16.09.2020 системы автоматического дозвона Обществом не использовались. Также Ответчик отметил, что при осуществлении телефонного звонка 16.09.2020 на абонентский номер <...>, владельцем которого является клиент АО «Банк Русский Стандарт», работником Банка, осуществляющим телефонный набор номера, допущена ошибка в одной цифре и как следствие – ошибочно произведен звонок на абонентский номер <...>.

Комиссия Кировского УФАС России, рассмотрев материалы дела, пришла к следующим выводам.

При рассмотрении заявления физического лица от 17.09.2020 (вх. № 6481 от 17.09.2020) установлено, что 16.09.2020 в 13:53 на абонентский номер заявителя <...> с номера <...> поступил телефонный звонок с рекламной информацией об услугах, оказываемых АО «Банк Русский Стандарт» в отсутствие согласия абонента на ее получение.

Заявителем в антимонопольный орган были представлены следующие документы и сведения:

- согласие на обработку персональных данных, что дает Кировскому УФАС России правовые основания для получения необходимой информации от оператора мобильной связи заявителя;

- запись поступившего телефонного звонка, подтверждающая поступление нежелательной рекламной информации на абонентский номер <...> с номера <...>, следующего содержания: *«Добрый день! Меня зовут Анна, банк Русский Стандарт. Для вас мы улучшили условия и подготовили выгодное предложение. Позвольте рассказать вам подробнее, это займет всего несколько минут. Для этого нажмите 1 – вам перезвонят...»* (длительность записанного телефонного звонка 0:17 сек.);

- скриншот истории звонков абонента с номером <...>, подтверждающая подтверждающая поступление входящего звонка 16.09.2020 в 13:53 с номера <...> (длительность 0:18 сек.).

Факт поступления звонка с рекламной информацией с вышеуказанным содержанием с номера <...> на абонентский номер <...> также подтверждается представленной оператором связи ООО «Сбербанк-Телеком» в письме исх. № 20/654 от 13.10.2020 (вх. № 7243 от 16.10.2020) детализацией соединений между номерами <...> и <...> 16.09.2020 в 13:53:11. Также оператором связи в подтверждение принадлежности абонентского номера <...> заявителю была представлена копия договора на оказание услуг связи с владельцем вышеуказанного номера.

Таким образом, при возбуждении дела № 043/05/18-968/2020 Управлением Федеральной антимонопольной службы по Кировской области была учтена специфика надлежащих доказательств при выявлении нарушений ч. 1, 2 ст. 18 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального 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.

Под неопределенным кругом лиц применительно к Федеральному закону «О

рекламе» следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации. 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.

Согласно п. 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования – это 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.

В соответствии с п. 3 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно Международному кодексу рекламной практики, принятому Международной торговой палатой в 1937 г., под потребителем рекламы понимается любое лицо, которому адресована реклама или которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем.

Аудиозапись информации следующего содержания: *«Добрый день! Меня зовут Анна, банк Русский Стандарт. Для вас мы улучшили условия и подготовили выгодное предложение. Позвольте рассказать вам подробнее, это займет всего несколько минут. Для этого нажмите 1 – вам перезвонят...»* содержит все юридически значимые признаки рекламы:

- распространена по сетям электросвязи, а именно по телефонной связи на номер телефона <...>;

- адресована неопределенному кругу лиц, поскольку из содержания вышеуказанной аудиозаписи не ясно, для кого именно создано данное сообщение (предложение) и на восприятие кого данное сообщение направлено – тем лицам, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования (неперсонифицированный характер телефонного звонка);

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: услугам, оказываемым АО «Банк Русский Стандарт», формированию интереса к ним за счет «улучшения условий» и предоставления «выгодного предложения» потребителям.

Также письменных пояснениях Ответчик указывает, что информационная компания путем осуществления телефонных звонков была направлена на

доведение информации до своих клиентов, выразивших соответствующее согласие, о возможности оказания услуг, а также о действующих банковских продуктах.

Таким образом, вышеуказанная информация содержит все признаки рекламы, перечисленные в п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», является рекламой и на такую информацию, а также на порядок ее размещения распространяются положения Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 1 ст. 18 Федерального 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. 35 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003 N 126-ФЗ «О связи» под электросвязью понимаются любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в п. 15 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал следующее: «Согласно части 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 необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. Однако Федеральный закон «О рекламе» не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя».

Таким образом, обязанность доказывания наличия предварительного согласия абонента на получение рекламы возложено на рекламодателя – АО «Банк Русский Стандарт».

Согласно информации, представленной заявителем в письмах от 17.09.2020 вх. № 6481, от 24.09.2020 вх. № 6660 абонент своего согласия на получение рекламных звонков от Банка не давал, клиентом АО «Банк Русский Стандарт» не является и не являлся.

Исходя из информации, представленной Ответчиком письмами от 12.10.2020 (вх. № 7182 от 14.10.2020), от 23.11.2020 (вх. № 8172 от 24.11.2020) следует, что АО «Банк Русский Стандарт» произвело 16.09.2020 телефонный набор абонентского номера <...> в результате ошибки: Банк не имел цели включить в рассылку абонента, не входящего в список лиц – клиентов Банка, который соответствующего согласия на распространение рекламной информации не давал.

Таким образом, распространение рекламной информации о возможности оказания услуг, а также о действующих банковских продуктах АО «Банк Русский Стандарт» заявителю, не являющемуся клиентом Банка, а также без соответствующего согласия на распространение такой информации нарушает ч. 1 ст. 18 Федерального закона «О рекламе», предусматривающей однозначный запрет на распространение рекламы при отсутствии согласия абонента.

В соответствии с ч. 2 ст. 18 Федерального закона «О рекламе» не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

Из содержания записи телефонного разговора, произведенной 16.09.2020 в 13:53 между номерами <...> и <...> следует, что в ходе осуществления данного звонка абоненту использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозвонивание), поскольку предоставленный аудиофайл содержит заранее записанный аудиофрагмент, представляющий собой последовательность речи человека. Данный вывод подтверждается тем, что после воспроизведения рекламной информации следует предложение нажать на цифру для соединения с оператором (Позвольте рассказать вам подробнее <...>. Для этого нажмите 1 – вам перезвонят...»).

Согласно пояснениям АО «Банк Русский Стандарт», представленным письмом от 23.11.2020 (вх. № 8172 от 24.11.2020) следует, что при осуществлении телефонных звонков работники Банка осуществляют телефонный набор номера вручную, в процессе разговора используют специальные утвержденные Банком тексты («скрипт»). При распространении 16.09.2020 рекламной информации работниками Банка использовался в процессе разговора с клиентами скрипт «Выгодное предложение», информационная компания проводилась путем ручного набора телефонных номеров, поэтому системы автоматического дозвона Обществом не

использовались.

Оценив доводы Ответчика и документы, представленные в материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России пришла к выводу об отсутствии в вышеуказанной рекламе нарушения ч. 2 ст. 18 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований законодательства РФ о рекламе по ч. 1 ст. 18 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Согласно п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламораспространителем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно информации, представленной письмом от 08.10.2020 (вх. № 7100 от 12.10.2020) ПАО «Ростелеком», телефонный номер <...>, с которого распространялась вышеуказанная реклама, выделен АО «Банк Русский Стандарт» на основании договора № <...> о предоставлении комплекса услуг от 18.09.2019.

Кроме того, исходя из письменных пояснений Ответчика следует, что распространение рекламы о возможности оказания услуг, а также о действующих банковских продуктах АО «Банк Русский Стандарт» осуществлялось сотрудником Банка.

Исходя из имеющихся в материалах дела документов, а также способа распространения рекламной информации Комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламораспространителем вышеуказанной рекламы, исходя из понятия, установленного ст. 3 Федерального закона «О рекламе», является АО «Банк Русский Стандарт» (ИНН: <...>, ОГРН: <...>), которое несет ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 18 Федерального закона «О рекламе».

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее – Правила).

Согласно пункту 44 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе.

Поскольку на момент вынесения решения в материалах дела не имеется документальных подтверждений добровольного устранения нарушений рекламного законодательства, Комиссия Кировского УФАС России решила выдать АО «Банк Русский Стандарт» (ИНН: <...>, ОГРН: <...>) предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе 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.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении АО «Банк Русский Стандарт» и его должностного лица.

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36, ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 – 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия Кировского УФАС России

## **Р Е Ш И Л А:**

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: *«Добрый день! Меня зовут Анна, банк Русский Стандарт. Для вас мы улучшили условия и подготовили выгодное предложение. Позвольте рассказать вам подробнее, это займет всего несколько минут. Для этого нажмите 1 – вам перезвонят...»*, распространявшуюся посредством телефонной связи 16.09.2020 в 13:53 на абонентский номер <...> с номера <...> в отсутствие согласия абонента на её получение, поскольку она противоречит требованиям ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

2. Производство по делу в отношении АО «Банк Русский Стандарт» в части нарушения ч. 2 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» прекратить в связи с неподтверждением факта нарушения



рекламного законодательства.

3. Выдать АО «Банк Русский Стандарт» (ИНН: <...>, ОГРН: <...>) предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении АО «Банк Русский Стандарт» (ИНН <...>, ОГРН <...>) и его должностного лица.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 219 Кодекса административного судопроизводства Российской Федерации.*

Председатель Комиссии

Члены Комиссии