

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

Председателя Комиссии:

<...>;

Членов Комиссии:

<...>,

<...>,

в присутствии:

Заявителя – <...>,

в отсутствие:

представителя акционерного общества «Банк Русский Стандарт» (далее – АО «Банк Русский Стандарт»; Банк) – лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/18-53/2021,

рассмотрев материалы дела № 043/05/18-53/2021, возбужденного по признакам нарушения АО «Банк Русский Стандарт» частей 1, 2 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), по факту распространения 11.12.2020 в 16:21 с номера +79<...> на абонентский номер <...> <...> звонка с рекламной информацией следующего содержания: *«Добрый день! Это банк Русский Стандарт, мы улучшили для Вас условия, только у нас сумму, реальную процентную ставку и размер платежа Вы можете узнать заранее (до визита в офис), пожалуйста, уделите 2-3 минуты и мы расскажем подробнее. Для этого нажмите «1», Вам перезвонить? Нажмите «2». Для улучшения качества обслуживания разговор может быть записан»*, в отсутствие согласия абонента на его получение,

УСТАНОВИЛА:

в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило обращение <...> (далее – <...>, Заявитель) от <...> № <...> (вх. № <...> от <...>) по вопросу получения 11.12.2020 в 16:20 на абонентский номер <...> <...> звонка с рекламной информацией следующего содержания: *«Добрый день! Это банк Русский Стандарт, мы улучшили для Вас условия, только у нас сумму, реальную процентную ставку и размер платежа Вы можете узнать заранее (до визита в офис), пожалуйста, уделите 2-3 минуты и мы расскажем подробнее. Для этого нажмите «1», Вам перезвонить? Нажмите «2». Для улучшения качества обслуживания разговор может быть записан»* с номера +79<...>, в отсутствие

согласия абонента на его получение.

По факту распространения вышеуказанной спорной информации по сетям электросвязи посредством автоматического дозванивания в отсутствие согласия абонента определением от 27.01.2021 было возбуждено дело № 043/05/18-53/2021 в отношении АО «Банк Русский Стандарт» по признакам нарушения частей 1, 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 24.02.2021.

На заседание комиссии по рассмотрению дела № 043/05/18-53/2021, состоявшееся 24.02.2021 в 14 часов 00 минут, явился Заявитель – <...>, который пояснил, что звонок от имени АО «Банк Русский Стандарт», поступивший 11.12.2020 с абонентского номера +79<...> на его абонентский номер <...> <...> был осуществлен с помощью средств автоматического дозванивания (запись голосового сообщения).

Ответчик – АО «Банк Русский Стандарт», надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела, на заседание комиссии по рассмотрению дела представителя не направил, ходатайств не заявлял. Запрошенные определением от 27.01.2021 документы и сведения представил не в полном объеме, представил письменные пояснения относительно отсутствия запрошенных документов.

Согласно представленным письменным пояснениям АО «Банк Русский Стандарт» (вх. № <...> от <...>; вх. № <...> от <...>) факт нарушения частей 1, 2 статьи 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 11.12.2020 системы автоматического дозвона Обществом не использовались. Также Ответчик отметил, что при осуществлении телефонного звонка 11.12.2020 в 16:20 на абонентский номер <...> владельцем которого является клиент АО «Банк Русский Стандарт», работником Банка, осуществлявшим телефонный набор номера, была допущена ошибка в одной цифре и как следствие – ошибочно произведен звонок на абонентский номер Заявителя 8<...>.

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

При рассмотрении заявления <...> от <...> № <...> (вх. № <...> от <...>) установлено, что 11.12.2020 в 16:21 на абонентский номер Заявителя +7<...> с абонентского номера +79<...> поступил телефонный звонок с информацией следующего содержания: *«Добрый день! Это банк Русский Стандарт, мы улучшили для Вас условия, только у нас сумму, реальную процентную ставку и размер платежа Вы можете узнать заранее (до визита в офис), пожалуйста, уделите 2-3 минуты и мы расскажем подробнее. Для этого нажмите «1», Вам перезвонить? Нажмите «2». Для улучшения качества обслуживания разговор может быть записан».*

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 сотовой связи Заявителя;

- запись поступившего телефонного звонка, содержащего информацию: *«Добрый день! Это банк Русский Стандарт, мы улучшили для Вас условия, только у нас сумму, реальную процентную ставку и размер платежа Вы можете узнать заранее (до визита в офис), пожалуйста, уделите 2-3 минуты и мы расскажем подробнее. Для этого нажмите «1», Вам перезвонить? Нажмите «2». Для улучшения качества обслуживания разговор может быть записан»* на абонентский номер <...> <...> с абонентского номера +79<...>;

- детализированная выписка оператора связи, подтверждающая факт поступления 11.12.2020 в 16:21 звонка с абонентского номера +79<...> на абонентский номер <...> <...>.

Таким образом, при возбуждении дела № 043/05/18-53/2021 Управлением Федеральной антимонопольной службы по Кировской области была учтена специфика надлежащих доказательств при выявлении нарушений частей 1, 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 статьи 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 пункту 2 статьи 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 пунктом 3 статьи 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.

Информация: *«Добрый день! Это банк Русский Стандарт, мы улучшили для Вас*

условия, только у нас сумму, реальную процентную ставку и размер платежа Вы можете узнать заранее (до визита в офис), пожалуйста, уделите 2-3 минуты и мы расскажем подробнее. Для этого нажмите «1», Вам перезвонить? Нажмите «2». Для улучшения качества обслуживания разговор может быть записан» содержит все юридически значимые признаки рекламы, а именно:

- распространена посредством телефонной связи (звонка), осуществленного на абонентский номер <...> <...> с абонентского номера +79<...>;

- 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».

Также в письменных пояснениях Ответчик указывает, что информационная кампания путем осуществления телефонных звонков была направлена на доведение информации до клиентов Банка, выразивших соответствующее согласие, о возможности оказания услуг, а также о действующих банковских продуктах.

Таким образом, вышеуказанная информация содержит все признаки рекламы, перечисленные в пункте 1 статьи 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 частью 1 статьи 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 распространённой 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 пункту 35 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 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 пункте 15 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 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 обращении от <...> № б/н (вх. № <...> от <...>), Заявитель не является клиентом АО «Банк Русский Стандарт» и не давал свое согласие на обработку персональных данных, а также на получение рекламной информации от имени АО «Банк Русский Стандарт».

Исходя из информации, представленной Ответчиком письмами от <...> № б/н (вх. № <...> от <...>), от <...> № б/н (вх. № <...> от <...>) следует, что АО «Банк Русский Стандарт» произвело 11.12.2020 в 16:20 телефонный набор абонентского номера 8<...> 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.

Довод Ответчика об отсутствии умысла при распространении спорной рекламы и наличии ошибки при дозвонивании Заявителю, не включенному в рассылку, противоречит материалам дела на основании следующего.

Из представленной Заявителем записи телефонного звонка, поступившего 11.12.2020 в 16:21 на абонентский номер Заявителя +7<...> с абонентского номера +79<...> следует, что абонентский номера Заявителя +7<...> включен в базу «обзвона» Банка, что подтверждается ответом оператора: «<...> - Да, хорошо, то есть с нашей стороны тоже идет запись, если потребуется в суде. Я сейчас звоню клиенту <...>, скажите, пожалуйста, все верно? – Нет; - С предложением о пополнении <...>; - Нет не верно; - Не верно, так, извините. Тогда исключим номер телефона из «обзвона»; - Да, исключите из базы».

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 в отсутствие соответствующего согласия на распространение такой информации нарушает требования части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», предусматривающей однозначный запрет на распространение рекламы при отсутствии согласия абонента.

В соответствии с частью 2 статьи 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 дозванивания, автоматической рассылки).

Из содержания записи телефонного разговора, произведенной 11.12.2020 в 16:21 между номерами +79<...> и +7<...> следует, что в ходе осуществления данного звонка абоненту использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание), 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 («<...> пожалуйста, уделите 2-3 минуты и мы расскажем подробнее. Для этого нажмите «1», Вам перезвонить? Нажмите «2» <...>»).

Согласно пояснениям АО «Банк Русский Стандарт», представленным письмом от <...> № б/н (вх. № <...> от <...>), письмом от <...> № б/н (вх. № <...> от <...>) следует, что при осуществлении телефонных звонков работники Банка осуществляют телефонный набор номера вручную, в процессе разговора используют специальные утвержденные Банком тексты («скрипт»). При распространении 11.12.2020 рекламной информации работниками Банка использовался в процессе разговора с клиентами скрипт «Выгодное предложение», информационная кампания проводилась путем ручного набора телефонных номеров, поэтому системы автоматического дозвона Банком не использовались.

В данном случае, когда абонент отвечал на входящий вызов, ему транслировалась запись голоса, содержащая текст рекламного сообщения, после чего предлагалось нажать цифру «1» для получения подробной информации. После окончания воспроизведения аудиозаписи прозвучал «гудок», после которого абонент был переключен на оператора, что подтверждается записью телефонного звонка и устными пояснениями Заявителя, которые отражены в протоколе заседания Комиссии от 24.02.2021 по рассмотрению дела № 043/05/18-53/2021.

На основании вышеизложенного Комиссией установлено, что телефонный звонок, поступивший 11.12.2020 в 16:21 с абонентского номера +79<...> на абонентский номер Заявителя +7<...> и содержащий информацию: «Добрый день! Это банк Русский Стандарт, мы улучшили для Вас условия, только у нас сумму, реальную процентную ставку и размер платежа Вы можете узнать заранее (до визита в офис), пожалуйста, уделите 2-3 минуты и мы расскажем подробнее. Для этого нажмите «1», Вам перезвонить? Нажмите «2». Для улучшения качества обслуживания разговор может быть записан», был осуществлен с помощью средств автоматического дозванивания, что является нарушением части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», следовательно, довод Банка о том, что при осуществлении 11.12.2020 звонка на абонентский номер <...> <...> с номера +79<...> не использовались системы автоматического дозванивания, является необоснованным.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе по части 1, части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Согласно пункту 7 статьи 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 ПАО «Мегафон», абонентский номер <...> <...> выделен АО «Банк Русский Стандарт» (ИНН: <...>; ОГРН: <...>), что подтверждается договором об оказании услуг связи № <...> от <...>, дополнительным соглашением № <...> от <...> к договору оказания услуг связи № <...> от <...>, приложением № <...> к дополнительному соглашению № <...> от <...> к договору оказания услуг связи № <...>, представленными АО «Банк Русский Стандарт» письмом от <...> № б/н (вх. № <...> от <...>).

Кроме того, исходя из письменных пояснений Ответчика следует, что распространение спорной рекламы осуществлялось АО «Банк Русский Стандарт».

Исходя из имеющихся в материалах дела документов, а также способа распространения рекламной информации Комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем вышеуказанной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является АО «Банк Русский Стандарт» (ИНН: <...>, ОГРН: <...>), которое несет ответственность за нарушение требований части 1, части 2 статьи 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 Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила рассмотрения дел).

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения дел 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 документального подтверждения добровольного устранения нарушения рекламного законодательства, Комиссия Кировского УФАС России решила выдать АО «Банк Русский Стандарт» (ИНН: <...>, ОГРН: <...>) предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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 частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации

Федерации об административных правонарушениях, в отношении АО «Банк Русский Стандарт» и его должностного лица.

Руководствуясь статьями 3, 18, и 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 – 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия Кировского УФАС России,