

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области (далее – Архангельское УФАС России, Управление), Цакулов Юрий Геннадьевич, рассмотрев материалы дела № 029/04/14.3-980/2023 о нарушении требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» (далее — Закон о рекламе) со стороны Индивидуального предпринимателя С. (далее — Предприниматель),

**Юридический адрес:** ;

**ИНН:** ,

**УСТАНОВИЛ:**

20.12.2022 (вх. № 10705/22) в адрес Архангельского УФАС России поступило заявление М. (далее — Заявитель) о нарушении, по мнению Заявителя, требований ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»).

Согласно заявлению, на абонентский номер М. +7 01.12.2022 в 10:42 с номера +7-905-205-49-57, поступил телефонный звонок следующего содержания: «Вам одобрена кредитная карта с лимитом до одного миллиона рублей от Собанка. Кредитная история и доход не учитывается. Карта уже одобрена, её нужно только подтвердить. Выпуск и обслуживание, бесплатные. Снятие наличных без комиссии. Для того чтобы узнать одобренный лимит, нажмите один. Или ноль, чтобы звонки больше не поступали».

Согласие на получение рекламного звонка заявитель не давал.

Заявитель представил Управлению детализацию оказанных услуг связи его абонентского номера +7 за 01.12.2022, подтверждающую рассматриваемое телефонное соединение.

ПАО «ВымпелКоммуникации» на запрос Архангельского УФАС России от 28.12.2022 № 1316/22 сообщило, что абонентский номер +7 выделен ИП С. на основании договоров об оказании услуг связи «Билайн» № 777195536 от 14.12.2020.

В соответствии с п.п. 3 и 4 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила № 1922) дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе», возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) юридического или физического лица, подавшего заявление в антимонопольный орган, указывающее на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая изложенное, при поступлении в адрес территориального органа письма, содержащего заявление гражданина о нарушении ст. 18 ФЗ «О рекламе», такое заявление подлежит рассмотрению по существу получившим его территориальным органом в установленный законом срок.

На запросы Архангельского УФАС России от 13.01.2023 (исх. № 126/23) и 19.01.2023 (исх. № 223/23) Индивидуальный предприниматель С. представила письменные

пояснения, сообщив следующее.

ИП С. совершала обзвон организаций с целью озвучивания коммерческого предложения. Номер телефона +7 принадлежит организации «Адвокатский кабинет М.» и опубликован в открытом доступе в разделе профайла организаций по адресу в интернете <https://>.

Предприниматель пояснила, что размещение организацией контактов происходит самостоятельно представителем организации и подразумевает под собой согласие на использование средств связи с организацией в том числе для коммерческих предложений. Учитывая этот факт, согласие на получение звонка с коммерческим предложением не требуется.

По мнению Предпринимателя телефонный звонок построен на системе диалога абонента и звонящего с коммерческим предложением. Для соблюдения п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «Рекламе» предусмотрено полное оповещение абонента обо всех условиях предлагаемого продукта или услуги. Для того, чтобы ознакомиться с условиями, необходимо нажать цифру 1 после Приветствия, Вводной части о названии продукта или услуги и Основных преимуществах. Поскольку 38 ФЗ «О рекламе» не регламентирует порядок озвучивания всех условий по продукту или услуге, в данном звонке эта информация идет после нажатия клиентом цифры 1.

Учитывая и принимая во внимание изложенное, Предприниматель не имеет письменного согласия Заявителя на получение рекламы.

*Исследовав собранные по настоящему делу документы и материалы в их совокупности, Управление пришло к выводам, что:*

Согласно п. 1 ст. 3 ФЗ «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 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; электросвязь - любое излучение, 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 ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе» и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к ФЗ «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.

При этом в случае направления посредством телефонного звонка информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о самом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может признаваться рекламой, если она носит обобщенный 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 (упоминание имени и отчества абонента), представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

В распространенной рекламе отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Текст рекламы не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Данная информация направлена на привлечение внимания к кредитной карте от Собанка, имеет целью формирование и поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, т. е. отвечает законодательному определению рекламы, приведенному в п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с ч. 1 ст. 18 ФЗ «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.

В силу ч. 2 ст. 18 ФЗ «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).

Под запрет, установленный в ч. 2 ст. 18 ФЗ «О рекламе», подпадают как случаи, когда выбор абонента (абонентского номера) осуществляется не человеком, а техническим устройством, программой, компьютером, машиной, так и случаи, когда набор такого номера осуществляется автоматически, без участия человека (даже если выбор абонентов был произведен человеком).

В данном случае, когда абонент отвечал на входящий вызов, ему транслировалась запись голоса, содержащая текст рекламного сообщения.

Таким образом, рассматриваемый звонок совершен с помощью автоматического набора номера и дальнейшего озвучивания рекламного сообщения, предварительно записанного либо созданного с помощью компьютерных программ, а равно звонок с сообщением рекламного характера совершен без участия человека.

Согласно п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом реклама кредитной карты от Собанка направленная 01.12.2022 в 10:42, путем осуществления телефонного звонка на абонентский номер М. +7 с номера +7 с нарушением ч. 1, ч. 2 ст. 18 ФЗ «О рекламе», является ненадлежащей.

В силу ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств — п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе») несет ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

Абонентский номер +7 выделен Предпринимателю на основании договоров об оказании услуг связи «Билайн» № 777195536 от 14.12.2020., таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы, в действиях которого установлено нарушение ч. 1, ч. 2 ст. 18 ФЗ «О рекламе», является ИП С.

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 ФЗ «О рекламе», а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

Архангельского УФАС России пришло к выводу о необходимости выдачи ИП С.

предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения ФЗ «О рекламе».

Согласно письма от 10.03.2023 (рег. № 2027/23) поступившего в Архангельское УФАС России, Предприниматель предписание выполнила.

вместе с тем, с учетом всех обстоятельств рекламного дела, Управление пришло к выводу, что в данном случае рекламораспространителем является ИП С. поскольку без участия Предпринимателя распространение рассматриваемой рекламы не стало бы возможным.

Нарушение требований ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе» произошло по вине рекламораспространителя рассматриваемой рекламы - ИП С.

Обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения ИП С. требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии Предпринимателем всех зависящих от него мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

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

*Управлением также учтено, что за 2023 год ИП С. привлекалась по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ четыре раза.*

Таким образом, в действиях ИП С. усматриваются признаки административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Факт совершения административного правонарушения ИП С. подтверждается материалами дела № 029/04/14.3-980/2023, а также протоколом по делу № 029/04/14.3-980/2023 об административном правонарушении от 31.10.2023 № 5820/23, составленным ведущим специалистом экспертом отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России Т., в отсутствие лица привлекаемого к ответственности или его защитника.

Срок давности привлечения ИП С. к административной ответственности, установленный ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ, на момент вынесения настоящего постановления не истек (01.12.2023).

*В силу п. 1 ст. 2.10 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое названным кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность:*

**Субъектом административного** правонарушения является ИП С.;

**Объективная сторона** административного правонарушения, предусмотренного ст. 14.3 КоАП РФ, являются действия по определению содержания рекламы в нарушение ФЗ «О рекламе». Несоблюдение указанных ограничений и требований является отражением объективной стороны.

**Объектом административного** правонарушения, предусмотренного ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения, возникающие при распространении и демонстрации рекламы.

Вместе с тем, на момент совершения правонарушения ИП С. по ст. 14.3 КоАП РФ к административной ответственности привлекалось неоднократно.

Учитывая наличие совокупности изложенных выше обстоятельств, руководствуясь ст. 3.5, ч. 1, ч. 3 ст. 4.1., ст. 4.2, 4.3, 4.5, ст. 23.48, ст. 24.5, ч. 1 ст. 29.9, ст. 29.10, 29.11, а также ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Признать ИП С. (ИНН: ) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере 10 000 (десять тысяч) рублей;

В соответствии с ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ, штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до 15 суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с п. 3 ч. 1 и ч. 3 ст. 30.1 КоАП РФ, а также ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ст. 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

**Руководитель управления Цакулов Ю.Г.**