

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 013/05/18-273/2021

23 июля 2021 года

г. Саранск, проспект Ленина, 14

Комиссия Мордовского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: <...> – временно исполняющий обязанности руководителя Управления,

члены Комиссии: <...> – начальник отдела контроля органов власти и соблюдения антимонопольного законодательства, <...> – главный государственный инспектор отдела контроля органов власти и соблюдения антимонопольного законодательства,

рассмотрев 14 июля 2021 года дело № 013/05/18-273/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное по поступившему из Федеральной антимонопольной службы электронному обращению гр. Р<...> <...> относительно нежелательного телефонного звонка, осуществленного на его абонентский номер <...> (Тинькофф Мобайл) 15.03.2021 в 14:39 с номера <...> (МТТ), с информацией рекламного характера от «Финансовый помощник» с предложением финансовых услуг по карте, в которой усматриваются признаки нарушения части 1 и части 2 статьи 18, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - Общество с ограниченной ответственностью «Привет, Интернет» <...>, интересы которого путем присоединения к сеансу видеоконференцсвязи по ссылке <https://fas1.tconf.rt.ru/c/140720211500> представляет <...> по доверенности <...> (выдана сроком на один год), предъявлен паспорт,

УСТАНОВИЛА:

Гр. Р<...> в поступившем от него электронном обращении <...> выразил согласие на рассмотрение дела в его отсутствие.

ООО «Дженерик», ОАО «МТТ», ООО «Тинькофф Мобайл», привлеченные к участию в рассмотрении дела № 013/05/18-273/2021, надлежащим образом уведомлены о времени и месте рассмотрения настоящего дела, однако на заседание Комиссии Мордовского УФАС России их представители не явились и от названных лиц не поступало ходатайств об участии в дистанционном режиме рассмотрения дела, а также не поступало ходатайств об отложении рассмотрения дела в связи с невозможностью явки по уважительным причинам.

Руководствуясь пунктом 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Мордовского УФАС России рассматривает настоящее дело в отсутствие Р<...>, ООО «Дженерик», ОАО «МТТ», ООО «Тинькофф Мобайл», привлеченных к участию в рассмотрении дела № 013/05/18-273/2021.

В Мордовское УФАС России из Федеральной антимонопольной службы поступило

электронное обращение гр. Р<...> <...>, сообщившего о факте дозвона 15.03.2021 в 14:39 с номера <...> на абонентский номер <...> (Тинькофф Мобайл), посредством которого до сведения абонента без его предварительного согласия доведена информация рекламного характера в виде автоматизированной аудиозаписи (озвучена мужским голосом) «Здравствуйте! Вам звонит Финансовый помощник. Вам доступна бесплатная карта с кэшбэком на всё полтора процента рублями. Бесплатное обслуживание и доставка. Если вам интересно, нажмите или скажите один прямо сейчас. Если хотите отписаться...», что подтверждается приложенной к обращению аудиозаписью (продолжительностью 18 секунд).

Федеральная антимонопольная служба, направив на электронную почту Мордовского УФАС России <...> электронное обращение гр. Р<...> <...>, тем самым поручила Мордовскому УФАС России возбудить и рассмотреть дело по заявленным гр. Р<...> претензиям к вышеназванному телефонному звонку, что согласуется с положениями пункта 7 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Данные обстоятельства послужили основанием для вынесения определения Мордовского УФАС России от 20.05.2021 № 353 о возбуждении дела № 013/05/18-273/2021 и назначении дела к рассмотрению. Рассмотрение дела также откладывалось определением Мордовского УФАС России от 18.06.2021 № 428 об отложении рассмотрения дела № 013/05/18-273/2021.

На заседании Комиссии представитель ООО «Привет, Интернет» <...> поддержала письменные объяснения, предоставленные с письмами ООО «Привет, Интернет» <...>, <...>, не согласилась с тем, что Обществом допущены вменяемые нарушения рекламного законодательства, выразив при этом мнение, что звонок совершило ООО «Дженерик», которому на основании договора в сети Интернет предоставлен доступ в «личный кабинет», позволяющий подключиться к сети электросвязи путем выбора свободного номера из предлагаемого списка номеров и таким образом использовать его для исходящего обзвона.

Со стороны ООО «Дженерик» с письмом <...> поступили объяснения по существу настоящего разбирательства, в частности, сообщается о том, что в базе данных Общества значится абонентский номер, на который Обществом осуществлен рассматриваемый звонок с использованием программного обеспечения сервиса «Звонок», настроенного так, что сообщение не направляется в адрес абонента, если абонент предварительно не выразил согласие на получение сообщения.

Исследовав собранные по настоящему делу документы и материалы в их совокупности, и при этом не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения настоящего дела, Комиссия приходит к следующим выводам.

Из электронного обращения гр. Р<...> <...> следует, что на его абонентский номер <...> (Тинькофф Мобайл) 15.03.2021 в 14:39 поступил нежелательный звонок с номера <...>, посредством которого до сведения ответившего на звонок абонента доведена информация с предложением финансовых услуг. В качестве доказательства состоявшегося телефонного дозвона заявителем предоставлена аудиозапись (продолжительностью 18 секунд) следующего содержания: «Здравствуйте! Вам звонит Финансовый помощник. Вам доступна бесплатная

карта с кэшбэком на всё полтора процента рублями. Бесплатное обслуживание и доставка. Если вам интересно, нажмите или скажите один прямо сейчас. Если хотите отписаться...».

Доведенная до сведения пользователя абонентского номера <...> информация с предложением продавца финансовых услуг «Финансовый помощник» по бесплатной карте с кэшбэком на всё полтора процента рублями, с бесплатным обслуживанием и доставкой носит обобщенный характер и поэтому представляет интерес для неопределенного круга лиц, тем самым сообщаемая информация о предлагаемых финансовых услугах по карте формирует к ним интерес и способствует их продвижению на рынке, в связи с чем такая информация по всем признакам соответствует понятию рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с помощью 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 с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования являются финансовые услуги «Финансовый помощник» по бесплатной карте с кэшбэком на всё полтора процента рублями, с бесплатным обслуживанием и доставкой.

Рассматриваемая реклама распространена 15.03.2021 в 14:39 посредством телефонного дозвона с номера <...> на абонентский номер <...>, находящийся в пользовании у гр. Р<...>, который в своем обращении утверждает, что такая реклама поступила без его предварительного согласия.

Согласно Реестру Российской системы нумерации, номер <...>, с которого осуществлен исходящий вызов, входят в систему нумерации ОАО «МТТ», а номер <...>, на который поступил входящий вызов, ООО «Тинькофф Мобайл».

ООО «Тинькофф Мобайл» с письмом <...> подтвердило принадлежность абонентского номера <...> Р<...>, а также предоставило детализацию, подтверждающую входящий звонок 15.03.2021 в 14:39 с номера <...> на абонентский номер <...>.

ОАО «МТТ» с письмом <...> предоставило документы и сведения, подтверждающие совершение 15.03.2021 в 14:39 исходящего вызова на номер <...> с номера <...>, который выделен в пользование абоненту МТТ - ООО «Привет, Интернет» на основании договора <...>, заключенного между ОАО «МТТ» (Оператор связи) и

ООО «Привет, Интернет» (Абонент).

Тем самым материалами настоящего дела подтверждается 15.03.2021 в 14:39 дозванивание с номера <...> (МТТ) на номер <...>.

ООО «Привет, Интернет» с письмом <...> предоставило документы и сведения, из которых следует, что доступ к сервису Звонок в сети Интернет, предназначенный для совершения автоматических звонков по сценариям, создаваемым Пользователем при помощи программного обеспечения сервиса, предоставлен Обществом пользователю ООО «Дженерик» на основании договора об использовании сервиса Звонок <...>, заключенного между ООО «Привет, Интернет» (Администратор) и ООО «Дженерик» (Пользователь).

ООО «Дженерик» в письме <...> подтверждает договорные отношения с ООО «Привет, Интернет», в рамках которых ООО «Дженерик» использует сервис Звонок для осуществления звонков рекламного характера в интересах своих партнеров.

Распространение рассматриваемой рекламы по сетям электросвязи должно осуществляться с соблюдением специальных требований и ограничений.

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 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.

Из обращения гр. Р<...> следует, что рассматриваемая реклама распространена путем дозвона на принадлежащий ему телефон без его предварительного согласия и является для него нежелательной.

Вместе с тем, предоставленная гр. Р<...> аудиозапись с рассматриваемой рекламой показывает, что при приёме входящего вызова непосредственное общение ответившего на звонок абонента номера <...> со звонившим с номера <...> не производилось, а транслировалась только предварительно изготовленная аудиозапись мужского голоса, содержащая текст рекламного сообщения, в заключение которого предлагалось нажать цифру один, если такое сообщение интересно.

Тем самым распространение озвученной гр. Р<...> рекламы, предварительно записанной либо созданной с помощью компьютерных программ, представляет собой предварительно заготовленное аудиосообщение, то есть осуществлено без участия человека с применением средств автоматического дозванивания.

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).

В рассматриваемом случае распространение рекламы осуществлено на

абонентский номер <...> (Тинькофф Мобайл) с номера <...> (МТТ), находящегося в пользовании ООО «Привет, Интернет», которое, в свою очередь, предоставило доступ к такому номеру ООО «Дженерик».

Анализ имеющихся в материалах дела гражданско-правовых договоров, на основании которых сторонами таких договоров обеспечена доставка рассматриваемой рекламы по сети электросвязи абоненту Тинькофф Мобайл, свидетельствует о следующем.

Договор <...>, заключенный между ОАО «МТТ» (Оператор связи) и ООО «Привет, Интернет» (Абонент), регулирует отношения между Оператором и Абонентом при оказании Оператором МТТ услуг подвижной радиотелефонной связи, в рамках которого Абонент обязан не использовать Услуги с нарушением законодательства Российской Федерации, в том числе, но не ограничиваясь: для распространения рекламы без предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы (спам); для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки) и т.д. (п.2.3.5 такого договора); не использовать услуги для проведения лотерей, голосований, конкурсов, Викторин, опросов и других подобных мероприятий без предварительного согласования с оператором связи (п.2.3.7 такого договора); в случае изменения фактических пользователей оборудования Абонента представлять сведения о новых пользователях не позднее 15 дней со дня, когда об этом стало известно (п.2.3.9 такого договора).

Договор об использовании сервиса Звонок <...>, заключенный между ООО «Привет, Интернет» (Администратор) и ООО «Дженерик» (Пользователь), регулирует отношения Администратора сервиса Звонок и Пользователя такого сервиса, *предназначенного для совершения автоматических звонков по сценариям, создаваемым Пользователем при помощи программного обеспечения сервиса*, (п.1.1 такого договора), в рамках которого Пользователь обязан использовать сервис Звонок только для действий, разрешенных законодательством Российской Федерации и международными договорами (п.6.3.1 такого договора), предоставить Администратору все сведения и документы, необходимые для выполнения Администратором своих обязательств по настоящему договору и перед третьими лицами (п.6.3.5 такого договора), а также при использовании сервиса Звонок Пользователь не вправе распространять информацию, которая является незаконной (п.6.4.1 такого договора), распространять информацию, при отсутствии прав на такие действия согласно законодательству или каким-либо договорным отношениям (п.6.4.4 такого договора), при том, что Пользователь самостоятельно и в полном объеме несет ответственность за получение согласия на обработку персональных данных своих контрагентов, и согласия на осуществление рассылок и звонков, для совершения которых он использует сервис Звонок (п.9.7 такого договора), а также Пользователь самостоятельно и в полном объеме несет ответственность за соответствие совершаемых им с использованием сервиса Звонок действий действующему законодательству, в том числе законодательству в сфере рекламы (п.9.8 такого договора).

Наличием таких договорных отношений обеспечен автоматический звонок с рассматриваемой рекламой с номера <...>, то есть с использованием услуг

оператора связи ОАО «МТТ», передавшего исходящий вызов в сеть подвижной радиотелефонной связи оператора ООО «Тинькофф Мобайл», в свою очередь смаршрутизовавшего входящий вызов абоненту номера <...>, посредством которого до сведения такого абонента доведена рассматриваемая реклама.

Таким образом, совокупность сложившихся договорных отношений свидетельствует о том, что автоматический звонок на номер <...> (Тинькофф Мобайл) с номера <...> (МТТ) опосредован последовательными фактическими действиями двух участников - ООО «Дженерик», создавшего сценарий рекламного звонка и с использованием сервиса Звонок инициировавшего его исходящий вызов, и ООО «Привет, Интернет», администрировавшего такой звонок путем предоставления доступа к виртуальному личному кабинету и использования, как абонентом МТТ, выделенного ему номера <...> для исходящего вызова, что в итоге позволило доставить рассматриваемую рекламу непосредственно её конечному получателю – абоненту Тинькофф Мобайл.

При установленных обстоятельствах ООО «Дженерик» и ООО «Привет, Интернет», не осуществляющие функции оператора связи, абоненту которого совершен автоматический звонок с рассматриваемой рекламой, выступили лицами, обеспечивающими получение направленного рекламного звонка конечному получателю, при том, что каждый из названных участников, как следует из сложившихся между ними договорных отношений, обязан предпринимать действия, разрешенные законодательством Российской Федерации.

В рассматриваемом случае достигнутые между ООО «Дженерик» и ООО «Привет, Интернет» соглашения не освобождают указанные стороны, осведомленные о цели использования предоставляемых ими услуг по совершению автоматических звонков, в том числе рекламного характера, от обязанности каждой из них по соблюдению норм и правил действующего законодательства.

Согласно статье 309 Гражданского кодекса Российской Федерации 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 или иными обычно предъявляемыми требованиями.

Следовательно, ООО «Дженерик» и ООО «Привет, Интернет», чьими взаимосвязанными, последовательными действиями опосредовано и выражено распространение рассматриваемой рекламы с номера <...>, выступили в качестве рекламодателей.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

ООО «Дженерик» и ООО «Привет, Интернет», как рекламодатели, обязаны были действовать по правилам части 1 и части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Частью 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» обязанность доказывания предварительного согласия абонента на получение рекламы возложена на рекламодателя.

ООО «Привет, Интернет» в своем письме <...> и ООО «Дженерик» в своем письме <...> ссылаются на скрин-шот лог-файлов с сервера, в котором, по их мнению, содержатся параметры, свидетельствующие о согласии абонента на обработку его персональных данных, в том числе на получение рекламных уведомлений.

Комиссия, изучив предоставленный ООО «Дженерик» и ООО «Привет, Интернет» скрин-шот лог-файлов с сервера, не находит оснований для признания их в качестве надлежащего доказательства предварительного согласия абонента, позволяющего достоверно установить его волеизъявление на получение рекламных уведомлений от названных лиц, ввиду следующего.

В силу действия правовых принципов и условий обработки персональных данных, установленных Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», при обработке персональных данных должны быть обеспечены точность персональных данных, их достаточность, а в необходимых случаях и актуальность по отношению к целям обработки персональных данных.

В соответствии с частью 4 статьи 9 Федерального закона «О персональных данных» в случаях, предусмотренных федеральным законом, обработка персональных данных осуществляется только с согласия в письменной форме субъекта персональных данных. равнозначным содержащему собственноручную подпись субъекта персональных данных согласию в письменной форме на бумажном носителе признается согласие в форме электронного документа, подписанного в соответствии с федеральным законом электронной подписью. Согласие в письменной форме субъекта персональных данных на обработку его персональных данных должно включать в себя, в частности: 1) фамилию, имя, отчество, адрес субъекта персональных данных, номер основного документа, удостоверяющего его личность, сведения о дате выдачи указанного документа и выдавшем его органе; 2) фамилию, имя, отчество, адрес представителя субъекта персональных данных, номер основного документа, удостоверяющего его личность, сведения о дате выдачи указанного документа и выдавшем его органе, реквизиты доверенности или иного документа, подтверждающего полномочия этого представителя (при получении согласия от представителя субъекта персональных данных); 3) наименование или фамилию, имя, отчество и адрес оператора, получающего согласие субъекта персональных данных; 4) цель обработки персональных данных; 5) перечень персональных данных, на обработку которых дается согласие субъекта персональных данных; 6) наименование или фамилию, имя, отчество и адрес лица, осуществляющего обработку персональных данных по поручению оператора, если обработка будет поручена такому лицу; 7) перечень действий с персональными данными, на совершение которых дается согласие, общее описание используемых оператором способов обработки персональных данных; 8) срок, в течение которого действует согласие субъекта персональных данных, а также способ его отзыва, если иное не установлено федеральным законом; 9) подпись субъекта персональных данных.

Согласно части 4 статьи 15 Федерального закона «О персональных данных» обработка персональных данных в целях продвижения товаров, работ, услуг на рынке путем осуществления прямых контактов с потенциальным потребителем с помощью средств связи, а также в целях политической агитации допускается только при условии предварительного согласия субъекта персональных данных. Указанная обработка персональных данных признается осуществляемой без

предварительного согласия субъекта персональных данных, если оператор не докажет, что такое согласие было получено.

Содержащаяся в скрин-шоте лог-файлов с сервера информация содержит лишь данные об имени - <...> и номере телефона – <...>, и такие данные не соответствуют принципам точности, достаточности и актуальности персональных данных и тем самым не позволяют однозначно идентифицировать субъекта персональных данных и установить его волеизъявление на получение рекламных уведомлений, в связи с чем такая информация не может быть принята во внимание и отклоняется.

Следовательно, в материалы настоящего дела не предоставлено надлежащих доказательств того, что в рассматриваемом случае рекламный звонок с номера <...> (МТТ) на номер <...> (Тинькофф Мобайл) осуществлен с предварительного согласия абонента такого номера - гр. Р<...>.

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» разъяснено 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 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 рекламораспространителя.*

В рассматриваемом случае под абонентом надлежит понимать гр. Р<...>, проживающего в г. Санкт-Петербург и сообщившего антимонопольному органу о том, что он не давал согласия на получение вышеприведенного рекламного звонка.

Рекламораспространители - ООО «Дженерик» и ООО «Привет, Интернет» не смогли доказать наличие предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Вместе с тем, рекламный звонок без предварительного согласия абонента на получение рекламы совершён посредством автоматического дозвонивания, что следует из аудиозаписи с рассматриваемой рекламой в виде трансляции записи мужского голоса, содержащей текст рекламного сообщения, а также подтверждается договором об использовании сервиса Звонок <...>, и алгоритмом, приведенным в п.9 письма ООО «Дженерик» <...>, по существу

свидетельствующим о том, что участие сотрудника ООО «Дженерик» в распространении рекламы ограничилось лишь формированием критериев, которым должен соответствовать абонент для получения рекламной информации, и дальнейшие действия по осуществлению звонков осуществлялись автоматическим способом (без участия человека) с использованием специального программного обеспечения.

Однако, автоматическое дозванивание не допустимо в силу обязательств по договору <...> при том, что такой способ распространения рекламы запрещен частью 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Наряду с этим, посредством рассматриваемой рекламы продвигаются финансовые услуги «Финансовый помощник» по карте, и к такой рекламе также предъявляются специальные требования.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Согласно пункту 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ) юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на организационно-правовую форму, а в случаях, когда законом предусмотрена возможность создания вида юридического лица, указание только на такой вид. Наименование некоммерческой организации и в предусмотренных законом случаях наименование коммерческой организации должны содержать указание на характер деятельности юридического лица.

Статьей 1473 ГК РФ также предусмотрено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица. Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности (часть 2 статьи 1473 ГК РФ). Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке.

В соответствии со статьей 7 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Кредитная организация вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов «банк» или «небанковская кредитная организация».

Однако рассматриваемая реклама доведена до абонента номера <...> без сведений о наименовании или имени лица, оказывающего рекламируемые финансовые услуги по кредитной карте или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество), чем не соблюдены требования части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, распространение по сети подвижной радиотелефонной связи рекламы финансовых услуг «Финансовый помощник» по бесплатной карте с кэшбэком на всё полтора процента рублями, с бесплатным обслуживанием и доставкой, осуществленное в г. Санкт-Петербург 15.03.2021 в 14:39 путём автоматического дозвонивания с номера <...> (МТТ), принадлежащего ООО «Привет, Интернет», на абонентский номер <...> (Тинькофф Мобайл), находящийся в пользовании у гр. Р<...>, без предварительного согласия абонента на получение такой рекламы, а также без сведений о наименовании или имени лица, оказывающего финансовые услуги по карте или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество), нарушает требования части 1 и части 2 статьи 18, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», и поэтому является ненадлежащей рекламой.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18, частью 1 статьи 28 настоящего Федерального закона.

Материалами настоящего дела установлено, что распространение ненадлежащей рекламы опосредовано и выражено действиями двух рекламораспространителей – ООО «Дженерик» <...>, использовавшего сервис Звонок для организации рекламного звонка, и ООО «Привет, Интернет» <...>, использовавшего выделенный ему номер <...> для оказания услуг в сервисе Звонок.

В материалы настоящего дела не предоставлено доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения рассматриваемой ненадлежащей рекламы.

При установленных обстоятельствах усматривается необходимость выдать ООО «Дженерик» и ООО «Привет, Интернет», как рекламораспространителям ненадлежащей рекламы, предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

Вместе с тем, усматривается необходимость передачи материалов дела

уполномоченному должностному лицу Санкт-Петербургского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении лиц, допустивших нарушение законодательства о рекламе, к административной ответственности по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частями 1 и 2 статьи 18, частью 1 статьи 28, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-51 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу финансовых услуг «Финансовый помощник» по бесплатной карте с кэшбэком на всё полтора процента рублями, с бесплатным обслуживанием и доставкой, распространенную по сети подвижной радиотелефонной связи в г. Санкт-Петербург 15.03.2021 в 14:39 путём автоматического дозвонивания с номера <...> (МТТ), принадлежащего ООО «Привет, Интернет», на абонентский номер <...> (Тинькофф Мобайл), находящийся в пользовании у гр. Р<...>, без предварительного согласия абонента на получение такой рекламы, а также без сведений о наименовании или имени лица, оказывающего финансовые услуги по карте или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество), поскольку такая реклама нарушает требования части 1 и части 2 статьи 18, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать рекламораспространителю – Обществу с ограниченной ответственностью «Дженерик» <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать рекламораспространителю – Обществу с ограниченной ответственностью «Привет, Интернет» <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела № 013/05/18-273/2021 уполномоченному должностному лицу Санкт-Петербургского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении по месту его совершения в отношении ООО «Дженерик» и ООО «Привет, Интернет», в действиях которых присутствует состав административного правонарушения, предусмотренный статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения объявлена 14 июля 2021 года.

Решение изготовлено в полном объеме 23 июля 2021 года.

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

Председатель Комиссии: <...>

Члены Комиссии:

<...>

<...>