

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

об административном правонарушении

по делу № 021/04/14.3-515/2021

03 июня 2021 г. г. Чебоксары

"...", рассмотрев протокол об административном правонарушении от 20.05.2021, составленный начальником отдела товарных рынков Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике – Чувашии "..." и материалы административного дела в отношении **общества с ограниченной ответственностью микрофинансовая компания «Центр Финансовой Поддержки» (ИНН 7733783309 ОГРН 1117746890645 почтовый адрес 115162, г.Москва, ул. Мытная, д.46, корп.5, юридический адрес 117218, г.Москва, ул. Кржижановского, д.29, корп.5, пом.1 ком.10),**

в отсутствие представителя ООО МК «ЦФП», надлежащим образом извещенного о дате и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Решением Чувашского УФАС России от 23.04.2021 по делу № 021/05/18-263/2021 ООО МФК «Центр финансовой поддержки» признано нарушившим требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), в связи с распространением на номер сотового телефона гражданина "..." неправомерного смс – сообщения рекламного характера.

К указанному решению Комиссия Чувашского УФАС России пришла в силу следующего.

В Чувашское УФАС России 16.02.2021 (вх. № 1513-ЭП/21) поступило заявление гражданина "..." (далее – Заявитель) по вопросу неправомерного смс – сообщения рекламного характера.

Установлено, что 16.02.2021 в 16 час. 24 мин. на номер сотового телефона Заявителя ("...") поступило смс – сообщение от лица, поименованного

VIVADENGI, с рекламой финансовых услуг, в переводе на русский язык, следующего содержания: «Вам предоставлен займ 50 000 руб. на 12 мес.! Погасите займ на специальных условиях и переплата будет равна 0%! Тел: 88007001085 ООО МФК ЦФП займ. VIVADENGI.RU».

Под рекламой, определенной частью 1 статьи 3 Закона о рекламе, понимается 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. Объектом рекламирования, по смыслу Закона о рекламе (пункт 2 статьи 3), может выступать 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. Информация, поступившая на номер сотового телефона Заявителя, определяется как реклама, поскольку обладает всеми квалифицирующими признаками рекламы, применительно к пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, и, таким образом, на нее распространяются все ограничения Закона о рекламе. Требования к рекламе, распространяющейся по сетям электросвязи, установлены статьей 18 Закона о рекламе. Согласно части 1 статьи 18 Закона о рекламе определено, что распространение рекламы посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи допускаются 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.

Таким образом, рекламораспространитель, прежде чем направить какому-либо лицу рекламу по сетям электросвязи, должен удостовериться, что данное лицо выразило свое согласие на получение рекламы. При этом обязанность по получению согласия абонента и по подтверждению наличия соответствующего согласия лежит на рекламораспространителе.

Из жалобы следует, что согласия на получение смс – сообщения Заявитель не давал. Установлено, что инициатором направления рассматриваемого смс - сообщения явилось ООО МФК «Центр

финансовой поддержки», которое в свою очередь определило получателей смс - сообщения (абонентов) и, следовательно, обязанность предоставить согласие абонентов на получение рассматриваемого смс - сообщения относится исключительно к сфере ответственности ООО МФК «Центр финансовой поддержки».

Из пояснений ООО МФК «Центр финансовой поддержки» следует, что общество не отрицает направления смс – сообщения Заявителю, при этом полагает, что в действиях общества отсутствуют нарушения законодательства, поскольку Заявителем предоставлено согласие на получение информации от общества.

Указанные обстоятельства общество подтвердило скриншотами страниц из автоматизированной базы данных раздела "Заявка на займ", содержащими, в том числе, номер телефона Заявителя ("..."), его ФИО – "...", дату и время – 2021-01-21 09:18:29.

Иных доказательств, позволяющих сделать вывод о том, что ООО МФК «Центр финансовой поддержки» имело согласие абонента на получение рекламы, не представлено.

Доводы ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» о том, что в действиях общества отсутствуют нарушения законодательства, поскольку Заявителем предоставлено согласие на получение информации от общества, не могут быть приняты во внимание по следующим основаниям.

Буквальное толкование положений Закона о рекламе позволяет сделать вывод о том, что согласие абонента на получение рекламы должно быть выражено явно, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя. Из представленных скриншотов с сайта, не усматривается волеизъявления Заявителя на получение рекламы от ООО МК «Центр Финансовой Поддержки».

В данном случае, представленные скриншоты, не имеющие привязки к друг другу, один из которых содержит не заполненную форму заявки на займ и отдельно представленный скриншот, содержащий дату и время (2021-01-21 09:18:29), номер телефона Заявителя ("..."), ФИО – "...", не могут быть приняты в качестве доказательства, подтверждающего наличие согласия со стороны Заявителя на получение рекламы, поскольку не являются доказательством, устанавливающим их заполнение Заявителем, как это предписано законом. Представленные скриншоты, с содержанием заявки на займ, не свидетельствуют о заполнении их Заявителем и о его волеизъявлении на получение рекламы от конкретного отправителя рекламы - ООО МК «Центр Финансовой Поддержки».

В этой связи, представленные документы не могут рассматриваться как надлежащее получение согласия. Иных доказательств согласия на получение рекламных сообщений, общество не представило. Форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие (абонент прямо выражает согласие на получение рекламы), в том числе, не посредством в предоставлении согласия на обработку персональных данных. Согласие должно быть оформлено таким образом, чтобы можно было однозначно установить и достоверно подтвердить волеизъявление абонента на получение рекламной информации. Указанное согласуется с правовой позицией, изложенной в пункте 15 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", согласно которой, [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.

В силу части 1 статьи 44.1 Закона о связи рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признаётся осуществлённой без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено. В соответствии с данной нормой закона согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было однозначно идентифицировать такого абонента (простое заполнение бланка/формы, не позволяющее однозначно установить и подтвердить, кто именно заполнил такую форму, не является соблюдением указанного требования.

По мнению ФАС России (письмо от 11.11.2019 № ДФ/98054/19 «О надлежащих доказательствах при выявлении нарушения требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе») следует, что согласие, полученное посредством заполнения каких-либо форм на сайтах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", не позволяющих однозначно установить, кто именно дал согласие на получение рекламы, является ненадлежащим и влечет нарушение указанного требования

[статья 18](#) Федерального закона "О рекламе", поскольку не позволяет подтвердить волеизъявление конкретного абонента на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Федеральный закон "О рекламе" возлагает обязанность доказывания факта наличия согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи на рекламораспространителя. В данном случае, ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» не смогло предоставить надлежащего согласия на получение рекламы.

В этой связи, у ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» не имелось правовых оснований для направления смс сообщения рекламного характера, что указывает на нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе. Согласно пункту 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

В смысле статьи 3 Закона о рекламе под рекламораспространителем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Рекламораспространителем, осуществившим распространение рекламы по сетям электросвязи с нарушением требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе является ООО МК «Центр Финансовой Поддержки».

Нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (часть 4 статьи 38 Закона о рекламе), предусмотренного частью 1 статьи 14. 3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Согласно части 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» выступило в качестве рекламодателя рекламы и тем самым совершило административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично.

В соответствии с частью 2 статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

В силу части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ об административных правонарушениях при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

При этом оценка малозначительности деяния должна соотноситься с причинением либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству.

Понятие малозначительности административного правонарушения является категорией оценочной и определяется судьей, органом, должностным лицом, уполномоченным решить дело в каждом конкретном случае с учетом выявленных обстоятельств.

В пункте 21 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Совершенное ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» правонарушение посягает на установленный в Российской Федерации порядок распространения рекламы, создает существенную угрозу охраняемым общественным правоотношениям, следовательно, не может быть признано малозначительным.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

При назначении наказания ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения, финансовое положение юридического лица. Обстоятельства, отягчающие, либо смягчающие административную ответственность, отсутствуют.

С учетом установленных обстоятельств ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» виновно в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, так как именно данным юридическим лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению требований законодательства о рекламе, при отсутствии к тому чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств.

Таким образом, определяя степень ответственности ООО МК «Центр Финансовой Поддержки», считаю возможным применить к ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» меру административного наказания в пределах низшей санкции, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь статьями 23.48, п.1 ч.1 ст. 29.9, 14.3 Кодекса Российской

Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» (ИНН 7733783309 ОГРН 1117746890645 почтовый адрес 115162, г.Москва, ул. Мытная, д.46, корп.5, юридический адрес 117218, г.Москва, ул. Кржижановского, д.29, корп.5, пом.1 ком.10), виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (Сто тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Сумму штрафа за нарушение законодательства о рекламе надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Административный штраф за нарушение законодательства о рекламе необходимо перечислить по следующим реквизитам:

Получатель:

УФК по Чувашской Республике (Чувашское УФАС России)

ИНН 2128017971,

КПП 213001001

л/с 04151329250

р/с 03100643000000011500

в Отделение – НБ Чувашская Республика г.Чебоксары/УФК по Чувашской
Республике г. Чебоксары

корр/счет 40102810945370000084

БИК 019706900,

КБК 161 1 1601141 01 0003 140,

ОКТМО 97701000

УИН 16100500000000984207

Наименование платежа: «Денежные взыскания (штраф) за нарушение
законодательства о рекламе по делу № **021/04/14.3- 515/2021**».

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса
Российской Федерации об административных правонарушениях
постановление по делу об административном правонарушении может
быть обжаловано в районный суд в течение 10 дней с момента получения
или вручения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об
административных правонарушениях 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.

В силу части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об
административных правонарушениях административный штраф должен
быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности,
не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о
наложении административного штрафа в законную силу либо со дня
истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных
[статьей 31.5](#) настоящего Кодекса.

В силу статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об
административных правонарушениях неуплата административного
штрафа в срок, предусмотренный настоящим Кодексом, влечет
наложение административного штрафа в двукратном размере суммы
неуплаченного административного штрафа либо административный
арест на срок до пятнадцати суток.

Заместитель руководителя

"..."

"..."

2021-4450