

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

об административном правонарушении

по делу № 021/04/14.3-928/2019

29 января 2019 г.
Чебоксары

г.

«...», рассмотрев протокол об административном правонарушении от 16.01.2019, составленный «...» в отношении **общества с ограниченной ответственностью микрофинансовая компания «Центр Финансовой Поддержки» (ИНН 7733783309 ОГРН 1117746890645 117218, г.Москва, ул. Кржижановского, д.29, корп.5, пом.1 ком.10),**

в отсутствие представителя ООО МК «Центр Финансовой Поддержки», надлежащим образом извещенного о дате и времени вынесения постановления,

УСТАНОВИЛ:

06.08.2019 (вх. № 04-21/4606) в Чувашское УФАС России поступило обращение гражданина «...» (далее - Заявитель) с заявлением о поступлении на принадлежащий ему номер сотового телефона **неправомерного звонка рекламного характера.**

Из обстоятельств, изложенных в заявлении, установлено, что 27.04.2019 в 13 час. 37 мин. на номер сотового телефона Заявителя («...») поступил входящий вызов с номера 8 800 5555205 от лица, поименованного «Viva-деньги», с предложением **финансовых услуг.**

Поступление телефонного звонка подтверждено аудиозаписью телефонного соединения, из которого усматривается диалог Заявителя и представителя микрофинансовой компании «Viva-деньги» по имени Людмила, с предложением Заявителю в предоставлении займа без процентов в течении месяца до 40 000 тыс. руб.

При этом, обращаясь к Заявителю по имени,

пояснило ему, что данные о его персональных данных (номер сотового телефона, Имя) предоставлены обществу его знакомыми, не персонифицировав их.

Заявитель указывал, что согласия на использование его персональных данных и на получение телефонного звонка рекламного характера, организации «Viva-деньги», он не давал.

Установлено, что номер телефона 8 800 5555205 предоставлен ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» (ИНН 7733783309 ОГРН 1117746890645 117218, г.Москва, ул. Кржижановского, д.29, корп.5, пом.1 ком.10 www.vivadengi.ru) ПАО «МТС» на основании договора об оказании услуг связи от 01.12.2017 № 2869-800-17/33.

Таким образом, инициатором звонка выступило ООО МК «Центр Финансовой

Поддержки».

Согласно выписки из ЕГРЮЛ установлено, что основным видом деятельности ООО МФК «ЦФП» является микрофинансовая деятельность.

Осуществление звонка, с предложением финансовых услуг, на сотовый номер Заявителя ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» не опровергался.

При этом, ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» указало, что совершение звонка 27.04.2019 в 13 час.37мин на номер сотовой связи Заявителя было осуществлено обществом с согласия Заявителя.

Телефонный номер «...» был предоставлен Заявителем ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» как контактный номер для телефонной связи в разделе «Заявка на займ» на официальном сайте общества в информационно - телекоммуникационной сети интернет по адресу <https://www.vivadegi.ru/zayavka.html>.

Заявителем были заполнены информационные поля на указанном сайте (номер телефона – «...», ФИО – «...») и произведены отметки, подтверждающие согласие на обработку персональных данных и согласие на получение от общества информации.

В подтверждение изложенного, обществом представлены скриншоты с сайта <https://www.vivadegi.ru/zayavka.html> с "Заявкой на займ" от имени Заявителя.

Одновременно общество указало, что в связи с несогласием Заявителя на использование его персональных данных и на получение звонков, телефонный номер Заявителя был удален из абонентской базы данных общества.

В силу пункта 1 статьи 3 Закона 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.

Объектом рекламирования, по смыслу Закона о рекламе (пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе) 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.

Требования к рекламе, распространяющейся по сетям электросвязи, установлены статьей 18 Закона о рекламе.

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 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.

Необходимо иметь в виду, что в данном случае, под абонентом или адресатом, надлежит понимать лицо, на чей телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена. Соответственно,

распространение неперсонифицированной информации о товаре, услуге должно признаваться распространением информации среди неопределенного круга лиц.

Кроме того, при установлении критерия неопределенности круга лиц, которому направляется информация как основание для отнесения такой информации к рекламе, следует исходить из непосредственного содержания этой информации.

В данном случае содержание информации направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования - финансовым услугам.

При этом, руководствуясь разъяснением ФАС России (письмо от 27.06.2016 N АД/43482/16 " Об отнесении к рекламе информации с личным обращением") по вопросу отнесения к рекламе информации, содержащей персональное обращение, следует, что в норме Закона о рекламе под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

В случае предоставления информации посредством осуществления звонка, 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 в сообщении (упоминание имени и отчества абонента), представляют интерес для неопределенного круга лиц, и являются рекламой.

Данная информация, исходя из специфики ее распространения - посредством телефонного звонка и исходя из ее содержания, не была направлена на конкретного адресата, в связи с чем, она не имела ограничений по распространению.

Таким образом, рассматриваемая информация определяется как реклама, поскольку обладает всеми квалифицирующими признаками рекламы, применительно к пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, и на нее распространяются все ограничения Закона о рекламе.

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.

Поскольку из обращения Заявителя следует, что он не давал согласия на получение рассматриваемого рекламного сообщения, следовательно, данное обстоятельство указывает на признаки нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

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.

Из аудиозаписи телефонного разговора установлено, что обществу о персональных данных Заявителя стало известно от его знакомых.

При этом, адреса и номера телефонов являются персональными данными, и любое их использование допускается только с согласия гражданина.

Если согласия на использование персональных данных, на получение рекламной информации отсутствуют, то данные обстоятельства указывают на признаки нарушения закона.

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 рекламодателя.

Из представленных обществом скриншотов с сайта, волеизъявления Заявителя на получение рекламы от ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» не установлено.

Представленные скриншоты не свидетельствуют о заполнении их Заявителем и о его волеизъявлении на получение рекламы от конкретного отправителя рекламы - ООО МК «Центр Финансовой Поддержки».

Форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие (абонент прямо выражает согласие на получение рекламы), а не 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.

У ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» не имелось правовых

оснований для осуществления телефонного звонка Заявителю с сообщением рекламы. Исходя из изложенного, ООО МК «Центр Финансовой Поддержки» распространило рекламу по каналам электронной связи без предварительного согласия абонента (Заявителя) на ее получение, 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 рекламодатель. В смысле статьи 3 Закона о рекламе под рекламодателем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Рекламодателем, лицом, осуществившим распространение рекламы по сетям электросвязи, в данном случае, является ООО МК «Центр Финансовой Поддержки».

Нарушение рекламопроизводителями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (часть 4 статьи 38 Закона).

Нарушение рекламопроизводителями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе образует состав административного правонарушения, 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 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.

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.

Определяя степень ответственности ООО МК «Центр Финансовой Поддержки», считаю возможным применить меру 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,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать **общество с ограниченной ответственностью микрофинансовая компания «Центр Финансовой Поддержки» (ИНН 7733783309 ОГРН 1117746890645 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 МФК «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 объёме.

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:

ИНН 2128017971,

КПП 213001001 УФК по Чувашской Республике (Чувашское УФАС России)

Банк получателя:

Отделение –НБ Чувашская Республика г.Чебоксары,

БИК 049706001,

р/счет 40101810900000010005,

КБК 161 1 1601141 01 0003 140,

ОКТМО 97701000

УИН 16100500000000395430

Наименование платежа: «Денежные взыскания (штраф) за нарушение законодательства о рекламе по делу № 021/04/14.3-928/2019».

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.

«...»