

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения

г. Омск

Дело №

07 августа 2019 года
613/2019

055/04/14.3-

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 23 июля 2019 года и другие материалы дела, возбужденного по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении общества с ограниченной ответственностью «Финансовые партнеры» (И Н Н 7204192350, ОГРН 1137232045279, место нахождения: <...>) (далее – ООО «Финансовые партнеры», Общество),

в отсутствие законного представителя ООО «Финансовые партнеры» (ходатайство от 07.08.2019 вх. № 8026э),

УСТАНОВИЛА:

Решением Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 02 июля 2019 года по делу № 055/05/18-472/2019 действия ООО «Финансовые партнеры», выразившиеся в осуществлении 11.04.2019 в 13:00 (по омскому времени) рекламного звонка на абонентский номер <...> без получения предварительного согласия абонента <...> на получение рекламной информации, были признаны ненадлежащими, нарушающими требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

Комиссией Омского УФАС России также было принято решение о передаче материалов дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Дело об административном правонарушении № 055/04/14.3-613/2019 было возбуждено протоколом от 23 июля 2019 года.

В результате рассмотрения протокола об административном правонарушении и иных материалов дела должностным лицом, рассматривающим дело об административном правонарушении, установлено следующее.

В адрес Омского УФАС России из ФАС России поступило заявления гражданина <...> по факту осуществления 11.04.2019 в 13:00 (по омскому времени) на его абонентский номер <...> рекламного звонка от абонента <...>:

*«- **Центр юридической поддержки.** Скажите, пожалуйста, у вас есть трудности с оплатой кредитов или микрозаймов? Мы помогаем в решении таких проблем.*

- Ой, вы знаете у меня есть такая существенная проблема... я не знаю, сможете ли вы мне помочь: поступают звонки рекламного характера с номеров, причем от тех лиц,

которым я не давал своего согласия в письменном виде на получение рекламы. Как с ними бороться?

- Смотрите, это нужно подойти к нашему юристу, у нас **консультация бесплатна**, она **субсидированная**, и вам уже юрист подробнее скажет, что и как нужно делать, какие действия предпринять.

- Нет, давайте сделаем лучше так: вот этот разговор сейчас записывается, запись я отошлю в этот... Федеральную антимонопольную службу и пускай она уже с вами разбирается в дальнейшем. Хорошо?

- Да, конечно. Можете о нас еще в интернете почитать – **Капитал консалтинг**.

- Да, я понимаю. Всего доброго.

- Да, конечно. Еще вопросы?»

По утверждению заявителя, рекламная информация была направлена без его предварительного согласия на получение рекламы, что является нарушением части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», согласно которой 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 именно на рекламораспространителя возложена обязанность доказать наличие согласия абонента на получение рекламы, и именно он несет ответственность за распространение ненадлежащей рекламы.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи (www.rossvyaz.ru), номер абонента <...> принадлежит номерной емкости, закрепленной за ООО «Уралмикро» (г. Тюмень).

ООО «Уралмикро» в ответе от 07.05.2019 исх. № 27 сообщило, что «...Между ООО «Уралмикро» и ООО «Финансовые партнеры» заключен договор на предоставление услуг связи № NET0243 от 28 января 2019 года, в рамках договора Оператор связи предоставляет в пользование Абоненту абонентский номер <...>...».

На запрос Омского УФАС России ООО «Финансовые партнеры» в письме от 24.05.2019 б/н указало: «...11.04.2019 в 13:00 (по омскому времени) на абонентский номер <...> совершен с абонентского номера <...> звонок от сотрудника ООО «Финансовые партнеры» с целью предоставления справочной информации, а также с целью опроса населения города Омска об имеющихся кредитах, проблемах их выплат, а также самостоятельных решений об их урегулировании либо обращения в специализированные организации...»

Дополнительно Обществом была представлена информация (вх. 6606э от 27.06.2019), согласно которой: «ООО «Финансовые партнеры» проводят социальный опрос населения, связанный с написанием в дальнейшем в СМИ города Омска и в других регионах России «О проблемных кредитах, их причины и последствия».

Кроме того, не является рекламой справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижения товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой. К данным материалам положения Закона о рекламе

не применяются (пункт 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе)...».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» **реклама** - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

По определению (пункт 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **объект** рекламирования - 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.

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

Довод Общества о том, что информация, озвученная сотрудником Центра юридической поддержки в ходе телефонного разговора не отвечает признакам рекламы, не являлась таковой в соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе», согласно которому данный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой, Омское УФАС считает необоснованным.

Материал, содержащий в себе информацию аналитического и обзорного характера, имеющий в качестве своей цели не привлечение внимания потенциального потребителя к какому-либо товару (услуге) или группе товаров (услуг), а донесение сведений до широкого круга потребителей, в том числе справочный материал и т.п. не признается рекламой в контексте Федерального закона «О рекламе».

Аналитический материал по своей сути представляет собой информационный блок, состоящий из описания исследования какого-либо факта, процесса, явления путем логических приемов, обоснованных выводов и прогнозов, характерный для совокупности товаров.

Таким образом, для признания информации, носящей аналитический, обзорный или справочный характер, должен соблюдаться ряд требований, в частности, если информирование потребителя является специализированной целью ООО «Финансовые партнеры», о совокупности услуг рассказывается в повествовательной (как позитивной, так и негативной) манере, не выделяются на общем фоне конкретные продукты, а наоборот проводится аналитическое сравнение и выборка, такая информация может быть признана не рекламой.

Таким образом, распространенная сотрудником Центра юридической поддержки в ходе телефонного разговора информация подпадает под понятие «реклама», поскольку распространена по сетям электросвязи, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к Центру, а также к оказываемым им услугам – консультации юриста.

При этом согласие гражданина <...> (абонентский номер <...>) на получение рекламы от ООО «Финансовые партнеры» в адрес Омского УФАС России представлено не было.

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

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», ответственность несет рекламораспространитель.

В силу части 1 статьи 2.10 КоАП РФ юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями раздела II настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно **части 1 статьи 14.3** КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-5 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.

Исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ООО «Финансовые партнеры» является рекламораспространителем.

Таким образом, ООО «Финансовые партнеры», имея возможность для соблюдения требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», не приняв все зависящие от Общества меры по их соблюдению, распространив ненадлежащую рекламу, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Вина ООО «Финансовые партнеры» в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, доказана и подтверждается материалами дела об административном правонарушении № 055/04/14.3-613/2019.

Местом совершения административного правонарушения является место распространения рекламы: г. Омск.

Временем совершения административного правонарушения является дата распространения рекламы, а именно 11.04.2019 в 13:00.

На момент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки давности привлечения к административной ответственности, установленные статьей 4.5 КоАП РФ, не истекли.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение ООО «Финансовые партнеры» установленных Федеральным законом «О рекламе» требований, а также обстоятельства, вынуждающие Общество действовать в состоянии крайней необходимости, при рассмотрении дела не установлены.

При назначении наказания должностным лицом, рассматривающим дело № 055/04/14.3-613/2019, учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ.

Должностным лицом, рассматривающим дело № 055/04/14.3-613/2019, в качестве

обстоятельств, смягчающих административную ответственность ООО «Финансовые партнеры» (статья 4.2 КоАП РФ), признан факт совершения Обществом административного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность ООО «Финансовые партнеры» (статья 4.3 КоАП РФ), не выявлено.

На основании части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, **административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение** при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Согласно частям 1, 2, 3 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба. В случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на сайте Федеральной налоговой службы России <https://rmsp.nalog.ru> от 06.08.2019 № ЮЭ9965-19-6425497 ООО «Финансовые партнеры» является субъектом малого и среднего предпринимательства – микропредприятием (дата внесения сведений в реестр 01.08.2016).

Оценив характер и обстоятельства совершенного ООО «Финансовые партнеры» административного правонарушения, должностное лицо усмотрело основания для применения положений статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ, поскольку их применение в данной ситуации является справедливым, отвечающим принципу целесообразности юридической ответственности, характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения, соответствует как интересам лица, привлекаемого к ответственности, так и интересам государства.

Учитывая, что факт возбуждения административного дела сам по себе уже выполняет предупредительную функцию, вынесение предупреждения по данному делу

обеспечивает соответствующую защиту охраняемым законом государственным и общественным интересам.

На основании изложенного, руководствуясь **статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, частью 1 статьи 29.9** Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

П О С Т А Н О В И Л А:

Признать общество с ограниченной ответственностью «Финансовые партнеры» (**ИНН** 7204192350, **ОГРН** 1137232045279) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и применить к нему меру ответственности, предусмотренную частью 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в виде **предупреждения** за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

По истечении этого срока необжалованное и неопротестованное постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу и обращается к исполнению.

Заместитель руководителя управления <...>