Управление Федеральной антимонопольной службы

по Республике Коми

РЕШЕНИЕ

25 марта 2022 года

(изготовление решения в полном объеме)

23 марта 2022 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/2393

г. Сыктывкар

<...> (по адресу)

ИП <...> (по адресу)

ООО «ИДС»

Октябрьский проспект,

д. 19А, кв. 57, г. Троицк,

г. Москва, 142190

<...>

ООО «Корпоративные

коммуникации»

Менделеева ул., д. 170, офис 1111, г. Уфа,

Республика Башкортостан, 450071

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Комиссия, Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<…>;

рассмотрев дело № 011/05/18-1043/2021, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Корпоративные коммуникации», ОГРН 1190280011448, ИНН 0273925407, адрес места нахождения: 450071, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Менделеева, д. 170, офис 1111 (далее – ООО «Корпоративные коммуникации»), по факту распространения 01.09.2021 в 16 часов 26 минут посредством звонка на абонентский номер <...> с абонентского номера <...> рекламы карты рассрочки «Халва» Совкомбанка с признаками нарушения требований ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие:

- ИП <...>, ООО «ИДС», надлежащим образом извещённых о дате, времени и месте рассмотрения дела, просивших рассмотреть дело в их отсутствие;

- заявителя, ООО «Корпоративные коммуникации», надлежащим образом извещённых о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление <...> вх. № Ч-116 от 25.10.2021 о распространении на его абонентский номер рекламного звонка с нарушением требований рекламного законодательства.

По результатам рассмотрения указанного заявления принято решение о возбуждении дела № 011/05/18-1043/2021 в отношении ООО «Корпоративные коммуникации» по признакам нарушения ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, о чём вынесено соответствующее определение № 03-01/9827 от 24.12.2021; к участию в деле в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых в ходе дела обстоятельствах, привлечено ПАО «Совкомбанк».

Определением № 03-01/519 от 21.01.2022 к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечён ИП <…> (далее – ИП <...>).

Определением № 03-01/1541 от 24.02.2022 к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «ИДС».

Из материалов дела № 011/05/18-1043/2021 (далее – рекламное дело) усматривается

нижеследующее.

На абонентский номер заявителя <...> с абонентского номера <...> 01.09.2021 в 16 часов 26 минут поступил рекламный звонок следующего содержания:

«– Да.

– Добрый день, меня зовут <…>, я представитель Совкомбанка. Вам предварительно одобрена карта рассрочки «Халва» и Вы получаете возможность воспользоваться суммой до трёхсот тысяч рублей без процентов. Вам перезвонит специалист банка. Скажите «да», если это Вам интересно.

… большую сумму».

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама – 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством звонка;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – карте рассрочки «Халва» Совкомбанка, формирование или поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством звонка на абонентский номер <...>, является рекламой (далее – рассматриваемая реклама).

В силу положений, установленных ч. 1 ст. 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.

Согласно п. 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. 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.

<...> указывает, что согласия на получение рассматриваемой рекламы им не давалось. Из представленной заявителем аудиозаписи усматривается, что рассматриваемая реклама распространена в отсутствие предварительного согласия абонента на получение указанной рекламы.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама распространена с нарушением ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что заявителю озвучена информация о возможности получения карты рассрочки «Халва» с суммой до трёхсот тысяч рублей без процентов.

В соответствии с пунктами 2, 6 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»:

- финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц;

- финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Согласно пунктам 1, 5 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)»:

- потребительский кредит (заем) – денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (далее - договор потребительского кредита (займа), в том числе с лимитом кредитования;

- профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов – деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, займов, предоставляемых физическим лицам, являющимся учредителями (участниками) или аффилированными лицами коммерческой организации, предоставляющей заем, займов, предоставляемых брокером клиенту для совершения сделок купли-продажи ценных бумаг, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

Статьёй 4 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском

кредите (займе)» установлено, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой финансовых услуг.

В соответствии с ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьёй 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)».

При этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)».

Из письма ФАС России от 31.07.2014 № АД/30890/14 «О рекламе финансовых услуг» следует, что к условиям, определяющим полную стоимость кредита, могут быть отнесены: сумма потребительского кредита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки - порядок ее определения.

Рассматриваемая реклама содержит только информацию о сумме кредита – до трёхсот тысяч рублей. Вместе с тем, рассматриваемая реклама не доводит до сведения потребителя информацию о ставке по кредиту, сроке действия договора потребительского кредита (займа) и сроке возврата потребительского кредита (займа).

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама распространена с нарушением ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Указание всех условий, определяющих полную стоимость займа, определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющих на нее, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей и является существенной для потребителя информацией.

Принимая во внимание, что рассматриваемая реклама была направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться рекламируемыми

финансовыми услугами по приобретению и использованию карты рассрочки «Халва» с лимитом до трёхсот тысяч рублей, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Рассматриваемая реклама направлена на мотивацию потребителя на выбор финансовой услуги – получение карты рассрочки «Халва» и побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования.

В поступившем звонке рекламного характера сообщалось о возможности получения карты рассрочки «Халва» с суммой до трёхсот тысяч рублей без процентов, то есть в рекламе присутствовали только наиболее привлекательные условия оказания финансовой услуги – максимальный лимит кредитования и беспроцентный период, при этом остальные условия оказания финансовой услуги отсутствовали.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламируемом товаре приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы финансовых услуг, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях предоставления услуги, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Отсутствие в рекламе полного перечня условий предоставления финансовой услуги при использовании карты рассрочки «Халва» с суммой до трёхсот тысяч рублей без процентов могло ввести потребителей в заблуждение относительно условий оказываемой услуги.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама распространена с нарушением ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, несет ответственность рекламораспространитель.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, ответственность несёт рекламодатель.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В письме ФАС России № АК/16266 от 28.04.2011 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» разъяснено, что обязанность по получению согласия

и подтверждению наличия соответствующего согласия лежит на рекламораспространителе. При этом рекламораспространителем выступает лицо, которое совершило определенные действия по доведению рекламы до потребителя. В названном письме также обращено внимание на то, что поставщик услуг связи (телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи), который только обеспечил подключение к сети электросвязи и не осуществляет непосредственно распространение рекламы, рекламораспространителем не является.

Согласно письменным пояснениям, представленным ПАО «Совкомбанк» в материалы рекламного дела, ООО «Корпоративные коммуникации» партнёром Банка не является, договор возмездного оказания услуг по привлечению клиентов с указанным Обществом не заключался; ПАО «Совкомбанк» согласие на распространение спорной рекламы указанному юридическому лицу не давало; договорные отношения между Банком и <...> отсутствуют.

Как указало ООО «Корпоративные коммуникации», Общество является оператором связи на основании лицензий № 173828 от 18.04.2019, № 178299 от 31.10.2019, предоставляет услуги IP-телефонии, ВАТС и т.д. юридическим лицам на основании договоров связи; номер <...> принадлежит клиенту Общества ИП <...> на основании договора № 068-1/20 от 16.12.2020 (дополнительное соглашение № 4).

Согласно письменным пояснениям ИП <...>, представленным в материалы рекламного дела, ИП <...> оказывает посреднические услуги в получении гражданами кредитной карты рассрочки «Халва» «Лучшая карта рассрочки» (далее – Карта), уточняя у лиц, выразивших интерес в её получении, действительно ли они хотят получить Карту, а также предоставляя информацию о таких лицах партнёру банка. 10.12.2020 между ИП <...> и ООО «ИДС» заключён агентский договор, в соответствии с которым ИП <...> оказывает услуги по привлечению внимания или поддержания интереса пользователей сети «Интернет» к товарам или услугам ООО «ИДС» и/или клиентов ООО «ИДС» (далее – Договор). Во исполнение Договора посредник получил информацию о деятельности ПАО «Совкомбанк» и выпускаемой им Карте и разместил на своём сайте сведения о том, что любое лицо, желающее получить кредитную карту рассрочки, может направить соответствующую заявку. ИП <...> является правообладателем сайта https://silvercard.icu/ в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – Сайт). В соответствии с публичной офертой о заключении лицензионного договора на использование Сайта (далее – Оферта) в отношении Сайта ИП <...> выступает Лицензиаром, а пользователи Сайта – Лицензиатами. Согласно п. 2.1 Оферты Лицензиар обязуется предоставить Лицензиату право пользования Сайтом и его страницей в соответствии с их назначением и функционалом на безвозмездной основе, в том числе обеспечить возможность направления заявок в кредитные организации и микрофинансовые организации для получения кредитных карт, в том числе кредитной карты «Лучшая карта рассрочки», а Лицензиат обязуется выполнять установленные Лицензиаром правила использования Сайта и его страницы.

Таким образом, как указывает ИП <...>, пользователи Сайта (Лицензиаты) вправе использовать Сайт для направления заявок на получение кредитных карт, в том числе Карты. Любое лицо, желающее заключить договор на предложенных в Оферте условиях, вводит свои персональные данные в форму, размещённую на

Сайте. Такими персональными данными являются: ФИО, номер телефона, день, месяц и год рождения. После введения персональных данных лицо, изъявившее желание заключить договор, проставляет галочки в чек-боксах с текстом: «Предоставляя свои персональные данные, я подтверждаю, что ознакомлен и согласен с условиями Пользовательского соглашения, Политики обработки персональных данных» (1), «Даю согласие на обработку персональных данных» (2), а также при наличии желания в чек-боксе с текстом: «Даю согласие на получение рекламной рассылки» (3). После активации чек-боксов 1 и 2 появляется возможность направить персональные данные оператору персональных данных путём нажатия кнопки «Получить карту». Активируя чек-боксы и осуществляя «клик» (нажатие) на кнопку «Получить карту», пользователь Сайта подтверждает, что ознакомлен и согласен с условиями Пользовательского соглашения, Политики обработки персональных данных, даёт согласие на обработку персональных данных, а также на получение рекламных и информационных сообщений (п. 3.1 Оферты). По совершении пользователем Сайта указанных действий условия Оферты считаются принятыми пользователем в полном объёме и без оговорок (п. 3.2 Оферты).

Как поясняет ИП <...>, после получения в установленном Офертой порядке заявок на получение информации о Карте, посредник обращается к заинтересованному лицу на указанный им на Сайте номер телефона для подтверждения заявки и уточнения необходимости у гражданина в приобретении кредитной карты рассрочки. Звонок осуществляется посредником по одному заранее спрогнозированному тексту (Скрипту): «Добрый день, меня зовут <…>, я представитель Совкомбанка. Вам предварительно одобрена карта рассрочки «Халва» и у вас есть возможность воспользоваться суммой до трёхсот тысяч рублей без процентов. Вам перезвонит специалист банка и ответит на все вопросы. Скажите «да», если это Вам интересно». Текст Скрипта формируется посредником самостоятельно в соответствии с п. 4 Оффера, заключённого между ИП <...> и ООО «ИДС».

По мнению ИП <...>, <...> выразил согласие на обработку персональных данных, в том числе на их использование для осуществления телефонного звонка с целью уточнить намерение гражданина получить карту «Халва».

В подтверждение ИП <...> представил выписку из лог файла заявок сайта silvercard.icu за 30.06.2021, содержащую следующие данные: «<…> – <…> – <…>».

Как указывает ИП <...>, исследование лог-файлов показывает, что 30.06.2021 в 15:31:17 по московскому времени на Сайте были введены следующие данные: «<…>, <...>, <…>», а также осуществлён «клик» (нажатие) на кнопку «Получить карту». Поступление данных пользователя Сайта само по себе свидетельствует об осуществлении клика. Осуществляя клик (нажатие) на кнопку «Получить карту», пользователь Сайта подтверждает, что ознакомлен и согласен с условиями Пользовательского соглашения, Политики обработки персональных данных, даёт согласие на обработку персональных данных и получение рекламных и информационных сообщений.

ИП <...> пояснил, что во исполнение Договора после обработки заявки <...> ИП <...> своими силами осуществил информационный звонок соответствующему абоненту, самостоятельно определив содержание информационного сообщения и

осуществив приведение его в готовую для распространения форму согласно Офферу.

ИП <...> считает, что он действовал добросовестно и полагался на то, что персональные данные, полученные через форму на Сайте, достоверны и исходят от самих граждан. На дату осуществления звонка Посредник не получал отзыва от <...> об удалении своих персональных данных, в связи с чем, ИП <...> полагает, что им не были нарушены права <...>.

Как указывает ИП <...>, действия по доведению до пользователей Сайта информации о Карте совершаются в рамках гражданско-правовых отношений между Лицензиаром и Лицензиатом по Оферте. Добросовестность участников гражданских правоотношений и разумность их действий предполагаются (п. 5 ст. 10 ГК РФ).

ИП <...> указывает, что согласно п. 3.1 Согласия на обработку персональных данных, полученного от <...>, обработка персональных данных осуществляется, в том числе для подбора информации о различных банковских инструментах, предоставляемых третьими лицами, в частности, о кредитной карте «Лучшая карта рассрочки».

Таким образом, по мнению ИП <...>, <...> выразил согласие на обработку Посредником персональных данных с целью предоставления пользователю Сайта информации о Карте, а также выразил согласие на получение сообщений информационного и рекламного характера.

Как указывает ИП <...>, предоставляемая Посредником информация не вводит пользователей Сайта в заблуждение и не содержит умолчаний о сведениях, имеющих существенное значение для потенциальных приобретателей Карты, поскольку главной целью осуществления звонка лицу, совершившему заказ Карты через Сайт, является уточнение у такого лица, действительно ли оно нуждается в Карте.

ООО «ИДС» в материалы рекламного дела представлены письменные пояснения, из которых следует, что 01.02.2018 между ООО «ИДС» и ПАО «Совкомбанк» заключён договор об оказании услуг, в соответствии с которым ООО «ИДС» оказывает услуги по привлечению пользователей, потенциально заинтересованных в получении займов денежных средств у ПАО «Совкомбанк», как лично, так и имеет право привлекать для исполнения договора об оказании услуг третьих лиц. ООО «ИДС» оказывает услуги по получению гражданами Карты, которые осуществляются через ИП <...>, который уточняет у лиц, выразивших интерес в её получении, действительно ли они хотят получить Карту, а также предоставляет информацию о таких лицах партнёру банка на основании заключённого 10.12.2020 агентского договора. По данному договору ИП <...> передаёт в адрес ООО «ИДС» заполненные заявки от потенциальных клиентов Банка на получение кредитной карты. Данные заявки ООО «ИДС» передаёт Банку. В силу п. 2.5 указанного договора ИП <...> гарантирует получение как согласий на обработку персональных данных пользователей, так и согласий на получение звонков информационного и рекламного характера.

Как указало ООО «ИДС», во исполнение договора после обработки заявки гражданина <...> ИП <...> своими силами осуществил информационный звонок

соответствующему абоненту, самостоятельно определив содержание информационного сообщения и осуществив приведение его в готовую для распространения форму согласно Офферу, заключённому между ООО «ИДС» и ИП <...>, следовательно, ООО «ИДС» не несёт ответственность за соблюдение требований ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Как пояснило ООО «ИДС», согласно условиям Оффера срок проведения кампании «Карта «Халва» – с 12.12.2020 по дату расторжения договора; ИП <...> привлекает трафик на сайте silvercard.icu по всей территории Российской Федерации.

В материалы рекламного дела представлена копия договора об оказании рекламных услуг № 0102201801, заключённого 01.02.2018 между ПАО «Совкомбанк» (Заказчик) и ООО «ИДС» (Исполнитель).

Согласно п. 2.1 указанного договора Исполнитель обязуется оказать услуги по размещению и/или распространению Рекламных материалов, а также услуги по привлечению пользователей, потенциально заинтересованных в получении займов денежных средств у Заказчика (далее – Услуги), в объеме, указанном в Заказах к настоящему договору. Услуги по привлечению пользователей, потенциально заинтересованных в получении займов у Заказчика, оказываются Исполнителем путём передачи ссылки средствами телемаркетинга, по которой должны производиться переходы на сайт Заказчика, где Посетитель заполняет Заявку на получение займа денежных средств.

В силу п. 2.2 указанного договора объём услуг, сроки их оказания и стоимость согласовываются Сторонами в Заказах. Место размещения рекламных материалов – Сайт и иные сайты, с которыми Исполнитель имеет договорные отношения.

Из содержания п. 2.1 агентского договора № 20201210-1 от 10.12.2020 (далее – Агентский договор), заключённого между ООО «ИДС» (Принципал) и ИП <...> (Агент), представленного в материалы рекламного дела, следует, что Агент по заданию Принципала от своего имени и за счёт Принципала обязуется оказать Рекламные Услуги в соответствии с условиями, указанными в соответствующем Оффере на размещение рекламы, а Принципал обязуется принять и оплатить оказанные Услуги, исходя из количества совершённых вследствие оказания Рекламных Услуг Целевых Действий.

При этом под Услугами понимается распространение в сети «Интернет» любым способом, в любой форме и с использованием любых средств Рекламных Материалов с целью привлечения внимания или поддержания интереса пользователей сети «Интернет» к товарам или услугам Принципала и/или клиентов Принципала (если Принципал на основании поручения) и совершения Целевых Действий, а также осуществление телефонных звонков Пользователем с донесением информации.

Согласно Агентскому договору Оффер – задание Принципала на размещение Рекламных материалов в сети «Интернет», которое содержит определённый набор условий, соблюдение которых обязательно при размещении Рекламных материалов.

В силу п. 2.5 Агентского договора для оказания Услуг Агент самостоятельно

привлекает Пользователей путём самостоятельного сбора персональных данных. При сборе Агент обеспечивает соответствие действующему законодательству РФ, в том числе получение согласия на обработку ПДн.

В соответствии с п. 5.2 Агентского договора Агент несёт ответственность за соблюдение при оказании услуг законодательства о рекламе, персональных данных.

Учитывая вышеизложенное, Комиссией установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

Комиссия, рассмотрев вышеприведённые доводы ИП <...>, приходит к нижеследующим выводам.

Заявитель – <...> в письменных пояснениях указал, что пояснение ИП <...> является ложным; о существовании сайта silvercard.icu <...> ничего не известно, свои персональные данные на этом сайте он не оставлял, информация о каких-либо банковских картах им не запрашивалась, заявителя не интересует ни ПАО «Совкомбанк», ни продукция, которую Банк предлагает.

По мнению заявителя, доступ к его персональным данным, а также их передача третьему лицу была осуществлена без его ведома и с нарушением законодательства Российской Федерации. Каких-либо договорных обязательств с ИП <...> ни лично, ни через сайт заявитель не заключал, соответственно, согласия на обработку его персональных данных и на рассылку рекламных сообщений ИП <...> он не давал.

Из письменных пояснений заявителя однозначно следует, что им не было выражено согласие на получение рекламной информации от ИП <...>. Кроме того, определением № 03-01/1541 от 24.02.2022 Коми УФАС России запрашивало у ИП <...>, в том числе документы, подтверждающие заполнение <...> формы для направления заявки на получение карты на сайте https://silvercard.icu/ (скриншоты соответствующей заявки с заполненными полями, иные документы), а также подтверждающие проставление <...> соответствующей отметки в графе «Даю согласие на получение рекламной рассылки» в указанной форме. Вместе с тем, указанные подтверждающие документы в материалы рекламного дела не представлены.

Таким образом, в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства, подтверждающие введение <...> своих данных на сайте https://silvercard.icu/ и проставление соответствующей отметки о согласии на получение рекламной рассылки от ИП <...>.

И з письма ФАС России от 11.11.2019 года № 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 статьи 18 Закона о рекламе, поскольку не позволяет подтвердить волеизъявление конкретного абонента на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Таким образом, по мнению Комиссии, заполнение формы неустановленным лицом на сайте https://silvercard.ru, указание персональных данных заявителя – <...> и дача согласия на получение рекламы путем «клика» не подтверждают факт наличия у ИП <...> надлежащего согласия именно от <...> и, более того, факт его предоставления в адрес ИП <...> отрицается самим заявителем.

Следовательно, документальное свидетельство, по которому возможно было бы однозначно идентифицировать заявителя и его согласие на получение звонков от ИП <...> с рекламой карты рассрочки «Халва», в материалах рекламного дела отсутствует.

ИП <...> полагает, что информация, передаваемая им в процессе совершения звонков, не является рекламой, так как носит персонифицированный и справочный характер и имеет целью подтверждение заявки и уточнение необходимости у гражданина в приобретении кредитной карты, а не на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему.

Письмом ФАС России № АК/17836/16 от 22.03.2016 «Об отнесении информации к рекламе» разъяснено, что 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. Распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением информации среди неопределенного круга лиц, в том числе в случаях распространения такой информации в определенной организации, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена. Также информация признаётся распространенной среди неопределенного круга лиц в случае рассылки такой информации по электронной почте или посредством СМС-сообщений, в том числе по определенному адресному списку, если такая информация не содержит какого-либо персонифицированного предложения, предназначенного исключительно для определенного клиента организации. При этом СМС-сообщение, текст которого содержит указание на профиль деятельности организации, оказывающей какие-либо услуги, а также номер телефона, позволяющий получателю такого СМС-сообщения воспользоваться услугами, оказываемыми конкретной организацией, является рекламой, поскольку указанные сведения индивидуализируют данную организацию.

Письмом ФАС России № АД/45557/18 от 20.06.2018 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе» разъяснено, что под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку. При этом реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие лица, для которых в первую очередь предназначена такая информация. Однако направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

В соответствии с п. 2 ст. 3 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.

По мнению специалистов ФАС России, квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации. Таким образом, если информация отвечает признакам рекламы и, имея некую целевую аудиторию (например, клиенты компании, зрители телеканала, прохожие определенной территории), формирует интерес у неопределенного круга лиц, соответственно, выходит за пределы своей целевой аудитории, такая информация является рекламой и подпадает под регулирование Закона о рекламе.

Рассматриваемый телефонный звонок содержит указание на определённое юридическое лицо – банк «Совкомбанк», а также товар – карту рассрочки «Халва», то есть на определённые объекты рекламирования, на привлечение внимания к которым направлена информация, доводимая до абонентов.

В случае направления информации посредством СМС-сообщения, рекламного звонка, содержащих 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.

В поступившем звонке рекламного характера сообщалось о возможности получения карты рассрочки «Халва» от банка «Совкомбанк» с суммой до 300 тысяч рублей без процентов. В звонке были приведены привлекательные условия, влияющие на выбор именно данной карты рассрочки: «возможность воспользоваться суммой до трёхсот тысяч рублей без процентов». Более того, в звонке сообщалось, что карта уже предварительно одобрена, тем самым стимулировался интерес к непосредственному получению карты. В данном случае реклама побуждала потребителя совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно, вступить в правоотношения с лицом, предоставляющим финансовую услугу по получению карты рассрочки «Халва», – банком «Совкомбанк». Для рекламодателей такой вид рекламы – это один из способов продвижения и продажи своих продуктов, ведь после получения такого предложения потребители могут обратиться в определенную кредитную организацию и заключить кредитный договор, предполагая, что им уже предварительно одобрена кредитная карта (карта рассрочки) на привлекательных условиях.

Рассматриваемая информация, распространённая посредством телефонного звонка, содержит все правовые признаки рекламы, установленные п. 1 ст. 3 Закона о рекламе

Согласно сведениям ЕГРИП, размещённым на официальном сайте ФНС России, основным видом деятельности ИП <...> является деятельность центров обработки телефонных вызовов, дополнительными видами деятельности являются, в том числе

деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность; деятельность по оказанию консультационных и информационных услуг; деятельность рекламных агентств.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама распространена ИП <...> для получения прибыли при осуществлении вышеуказанных видов деятельности.

Документов, материалов, указывающих на то, что ИП <...> приняты все достаточные меры по соблюдению требований ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы, Коми УФАС России при рассмотрении дела не получено, а ИП <...> не представлено.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ИП <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламораспространитель – ИП <...>, на которого в силу ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе возложена ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, не предпринял достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути уклонился от обязанности по контролю за соответствием распространяемой посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде звонка рекламы Закону о рекламе, что является исключительной зоной ответственности рекламораспространителя.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

В действиях ООО «Корпоративные коммуникации» и ООО «ИДС» нарушение законодательства о рекламе не установлено. В связи с чем, производство по делу № 011/05/18-1043/2021 в отношении ООО «Корпоративные коммуникации» и ООО «ИДС» подлежит прекращению.

Согласно разъяснениям ФАС России по применению ст. 18 Закона о рекламе «распространение» в контексте Закона о рекламе не означает направление электросигнала, транслирующего рекламу, к приемному устройству, а означает момент, когда реклама становится доступной для восприятия потребителя; местом совершения правонарушения будет являться территория субъекта Российской Федерации, на которой была распространена (доведена до потребителя) реклама. При этом определение субъекта Российской Федерации, на территории которого совершено правонарушение, должно осуществляться путем установления принадлежности абонентского номера к диапазону номеров, выделенному оператору сотовой связи на территории конкретного субъекта Российской Федерации.

Согласно данным, размещённым в открытых источниках в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», абонентский номер заявителя входит в диапазон номеров, выделенный оператору сотовой связи на территории Республики Коми.

Заявитель проживает в <…>.

Следовательно, субъектом Российской Федерации, на территории которого была

распространена (доведена до потребителя) реклама, является Республика Коми.

ИП <...> представил в материалы рекламного дела акт об уничтожении персональных данных № 12012022/5 от 12.01.2022, согласно которому ИП <...> произведено уничтожение персональных данных <...>.

Вместе с тем на дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42 – 47, 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу карты рассрочки «Халва» Совкомбанка, распространенную 01.09.2021 в 16 часов 26 минут посредством звонка на абонентский номер <...> с абонентского номера <…>, ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...> (ОГРНИП <…>, ИНН <…>) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Производство по делу № 011/05/18-1043/2021 в отношении ООО «Корпоративные коммуникации» и ООО «ИДС» прекратить.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> дел об административных правонарушениях, предусмотренных ч. 1 ст. 14.3, ч. 6 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 25 марта 2022 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии _____ <…>

Члены Комиссии _____ <…>

_____ <…>