РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/18-62/2024

Резолютивная часть решения оглашена «02» апреля 2024 г.

В полном объеме решение изготовлено «11» апреля 2024 г.

«11» апреля 2024 г. г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление).

Члены Комиссии:

<…> – начальник отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления;

<…> – заместитель начальника отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления,

рассмотрев дело № 050/05/18-62/2024, возбужденное по факту поступления на принадлежащий заявителю адрес электронной почты <...> рекламных электронных писем с адреса электронной почты noreply@otlnalonline.ru:

– 29.08.2023 в 11:57 следующего содержания: «*Отличные наличные. Здравствуйте, Игорь Юрьевич! Спонтанные покупки приносят 70% выручки бизнесу и 70% трат импульсивным покупателям. <…> Сумма займа от 1000 до 30000 руб. срок займа от 7 до 30 дней. Процентная ставка по займу от 0.36% до 0.8% в день (полная стоимость займа от 133,800% до 292% годовых). <…>*»;

– 29.09.2023 в 14:32 следующего содержания: «*Отличные наличные. Здравствуйте, Игорь Юрьевич! Готовы выдать вам 15000 рублей. Оформление займет 5 минут. Получите деньги в личном кабинете. <…> Сумма займа от 1000 до 30000 руб. срок займа от 7 до 30 дней. Процентная ставка по займу от 0.36% до 0.8% в день (полная стоимость займа от 133,800% до 292% годовых). <…>*» с признаками нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Управление поступило обращение <...> от 11.12.2023 № 47802/23, переданное с письмом Новосибирского УФАС России от 04.12.2023 № ДС/14514/23, по факту поступления на принадлежащий заявителю адрес электронной почты <...> рекламных электронных писем с адреса электронной почты noreply@otlnalonline.ru:

– 29.08.2023 в 11:57 следующего содержания: «*Отличные наличные. Здравствуйте, Игорь Юрьевич! Спонтанные покупки приносят 70% выручки бизнесу и 70% трат импульсивным покупателям. <…> Сумма займа от 1000 до 30000 руб. срок займа от 7 до 30 дней. Процентная ставка по займу от 0.36% до 0.8% в день (полная стоимость займа от 133,800% до 292% годовых). <…>*»;

– 29.09.2023 в 14:32 следующего содержания: «*Отличные наличные. Здравствуйте, Игорь Юрьевич! Готовы выдать вам 15000 рублей. Оформление займет 5 минут. Получите деньги в личном кабинете. <…> Сумма займа от 1000 до 30000 руб. срок займа от 7 до 30 дней. Процентная ставка по займу от 0.36% до 0.8% в день (полная стоимость займа от 133,800% до 292% годовых). <… >*» без предусмотренного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы (далее – Обращение).

В ходе рассмотрения Обращения Управлением установлено, что адрес электронной почты noreply@otlnalonline.ru используется Обществом с ограниченной ответственностью Микрокредитная компания «Финансовый супермаркет» (место нахождения: 630102, Новосибирская область, г. Новосибирск, ул. Шевченко, д. 15/1, эт. 3, офис 2; ИНН: 5404017915; ОГРН: 1155476090967; дата регистрации в качестве юридического лица: 19.08.2015, далее – ООО МК «Финансовый супермаркет», Общество).

Согласно правовой позиции ООО МК «Финансовый супермаркет» от 16.02.2024 № 5394-ЭП/24 заявитель заключил договор займа с Обществом, в котором выразил свое согласие на получение своевременного информирования об оказываемых кредитором и его партнерами услугах, о льготных условиях предоставления потребительского займа, об условиях акций и иных мероприятий, проводимых кредитором и его партнерами. Также Общество приложило к указанной правовой позиции копию согласия заявителя на обработку персональных данных, предоставленного в том числе в целях информирования о проводимых рекламных или маркетинговых акциях. Согласие на обработку персональных данных датировано 12.07.2021.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой признается 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.

Согласно пункту 2 статьи 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.

Под товаром согласно пункту 3 указанной статьи понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному 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.

Рассматриваемая информация, поступившая заявителю 29.08.2023 в 11:57 и 29.09.2023 в 14:32 посредством указанных электронных писем, является рекламой, поскольку она отвечает всем признакам рекламы согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, а именно является информацией «*Отличные наличные. Здравствуйте, Игорь Юрьевич! Спонтанные покупки приносят 70% выручки бизнесу и 70% трат импульсивным покупателям.*
<…> Сумма займа от 1000 до 30000 руб. срок займа от 7 до 30 дней. Процентная ставка по займу от 0.36% до 0.8% в день (полная стоимость займа от 133,800% до 292% годовых). <…>» и «*Отличные наличные. Здравствуйте, Игорь Юрьевич! Готовы выдать вам 15000 рублей. Оформление займет 5 минут. Получите деньги в личном кабинете. <…> Сумма займа от 1000 до 30000 руб. срок займа от 7 до 30 дней. Процентная ставка по займу от 0.36% до 0.8% в день (полная стоимость займа от 133,800% до 292% годовых). <…>*», распространенной по сетям электросвязи, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к финансовым услугам, оказываемым Обществом.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон о связи) абонент – пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; электросвязь – любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Частью 1 статьи 18 Закона о рекламе предусмотрено, что 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, Законом о рекламе установлен однозначный запрет на распространение рекламы по сетям электросвязи при отсутствии согласия абонента.

Согласно пункту 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

В соответствии с частью 1 статьи 44.1 Закона о связи рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее – рассылка) 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 признается осуществленной 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.

Согласие на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было не только однозначно идентифицировать такого абонента, но и подтвердить

волеизъявление данного абонента на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Таким образом, согласие абонента на получение рекламы должно, во-первых, относиться к конкретному рекламодателю либо рекламораспространителю, во-вторых – должно быть выражено явно.

Довод ООО МК «Финансовый супермаркет» о наличии у Общества согласия заявителя на получение им рекламы является несостоятельным ввиду того, что к обращению заявителя приложена копия письма Общества от 25.08.2023 № ОТЗ54475БРН в ответ на обращение <...> от 24.08.2023, содержащая указание на то, что звонки и СМС-сообщения рекламного характера более не будут поступать по номеру заявителя.

Указанное обстоятельство также подтверждается правовой позицией Общества от 07.03.2024 № 7404-ЭП/24, в которой ООО МК «Финансовый супермаркет» признает факт поступления в августе 2023 года обращения <…> с отказом от получения рекламной информации, а также сообщает о добавлении абонентского номера заявителя и его адреса электронной почты в черный список. Направление рассматриваемых электронных писем, по информации Общества, произошло вследствие технического сбоя, в результате которого данные заявителя были выгружены из черного списка в базу клиентов для рассылки.

Комиссия обращает внимание на то, что предоставление физическим лицом согласия на обработку его персональных данных не свидетельствует о предоставлении им согласия на получение рекламы, поскольку указанные согласия являются различными по своей правовой природе.

Следовательно, на дату направления рассматриваемых электронных писем у ООО МК «Финансовый супермаркет» отсутствовало согласие <...> на получение рекламы.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы.

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

Как следует из материалов дела, рекламораспространителем спорной рекламы является ООО МК «Финансовый супермаркет», поскольку данное лицо использует адрес электронной почты noreply@otlnalonline.ru.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования) в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

ООО МК «Финансовый супермаркет» в правовой позиции от 07.03.2024 № 7404-ЭП/24

предоставило доказательства того, что заявитель заблокирован на входящие рекламные коммуникации.

Учитывая изложенное, оснований для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не имеется.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-48 Правил, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО МК «Финансовый супермаркет» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела по признакам нарушения статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии: <...>

Члены Комиссии: <...>

<...>