

ИП <...>

**Заявитель: вх. № 18522-ЭП/22 от
06.12.2022**

РЕШЕНИЕ

по делу № 002/05/18-57/2023

13.02.2023 года

г. Уфа, ул. Пушкина, 95

Решение в полном объеме изготовлено «17» февраля 2023 года

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...>;

Члены Комиссии:

<...>;

<...>;

рассмотрев дело № 002/05/18-57/2023 возбужденное по обращению физического лица в отношении ИП <...>, по факту распространения рекламы с признаками нарушения части 1, 2 статьи 18 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе», Закон о рекламе),

в отсутствие лиц, участвующих в деле, надлежащим образом извещенных о дате и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

06.12.2022 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) посредством электронной почты, через ФАС России (ВХ044768) поступило обращение гражданина (вх. № 18522-ЭП/22 срок рассмотрения продлен), указывающее на признаки нарушения ФЗ «О рекламе».

В обращении Заявитель сообщил о неправомерном поступлении 05.12.2022 года в 11:14 на телефонный номер <...> звонка от абонента +7(905) 185-76-34. К заявлению приложена аудиозапись телефонного звонка (007905185-76-34(0079051857634)_20221205111428, продолжительность – 00:34) следующего

содержания:

- Алло.

- Алло.

- Вам одобрена кредитная карта с лимитом до 1 000 000 рублей от Совкомбанка. Кредитная история и доход не учитывается. Карта уже одобрена, ее нужно только подтвердить. Выпуск и обслуживание бесплатное, снятие наличных без комиссии. Для того что бы узнать одобренный лимит нажмите «1» или «0», что бы звонки больше не поступали.

Согласно обращению, согласие на получение данного рекламного звонка Заявитель не давал.

В рамках рассмотрения заявления, антимонопольной службой установлено следующее.

Оператором связи (ПАО «МТС») подтвержден факт поступления звонка Заявителю в указанное время и дату от абонента +7(905) 185-76-34, а также принадлежность абонентского номера <...> Заявителю (вх. № 19055-ЭП/22 от 14.12.2022 электронная почта).

Согласно данным о принадлежности номеров к операторам связи, полученным из базы данных перенесенных абонентских номеров ФГУП «ЦНИИС» (<https://zniis.ru>), абонентский номер с которого совершен рассматриваемый звонок, принадлежит ПАО «ВымпелКом».

На запрос антимонопольного органа, ПАО «ВымпелКом» представлена информация, что абонентский номер +7(905) 185-76-34 принадлежит ИП <...> на основании Договора об оказании услуг связи «Билайн» № 840423225 от 29.06.2022 года.

18.01.2023 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/18-57/2023 по признакам нарушения требований ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

• **Заявитель:**

- вх. № 18522-ЭП/22 от 06.12.2022.

• **Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:**

- ИП <...>.

Рассмотрение дела назначено на 13.02.2023 года.

20.01.2023 года ИП <...> представлены письменные пояснения относительно рассматриваемых обстоятельств и сведения (документы и материалы) в рамках дела (вх. № 766-ЭП/23 электронная почта).

13.02.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/18-57/2023 по признакам нарушения законодательства о рекламе ИП <...> не присутствовал. Ранее поступившее ходатайство о рассмотрении дела без участия индивидуального предпринимателя (вх. № 766-ЭП/23 от 20.01.2023 электронная почта) удовлетворено.

В соответствии с пунктом 31 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, дело рассмотрено в отсутствие ИП <...>

Исследовав материалы дела, Комиссия приходит к выводу, что реклама, распространенная путем телефонного звонка 05.12.2022 года в 11:14 на телефонный номер <...> от абонента +7(905) 185-76-34 следующего содержания:

- Алло.

- Алло.

- Вам одобрена кредитная карта с лимитом до 1 000 000 рублей от Совкомбанка. Кредитная история и доход не учитывается. Карта уже одобрена, ее нужно только подтвердить. Выпуск и обслуживание бесплатное, снятие наличных без комиссии. Для того что бы узнать одобренный лимит нажмите «1» или «0», что бы звонки больше не поступали.

нарушает часть 1, 2 статьи 18 и часть 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе». При этом Комиссия исходит из следующего.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 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.

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.

По смыслу законодательного определения рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок. Иными словами, реклама призвана выделить рекламируемый объект из ряда других объектов и привлечь к нему внимание, а также побуждать лиц из числа неопределенного круга, среди которых распространялась реклама, обратиться за приобретением товара.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками:

- распространена путем использования телефонной связи (совершение звонка на абонентский номер ;

- является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц и не является персонализированной;

- направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем (Совкомбанк) и осуществляемой им деятельности и способствует формированию интереса к реализуемым товарам и их продвижение на рынке;

- объектом рекламирования выступает товар (услуги) – кредитная карта. Рассматриваемая информация формирует и поддерживает потребительский интерес к данному товару – «кредитная история и доход не учитывается... выпуск и

обслуживание бесплатное, снятие наличных без комиссии», что направлено на положительное выделение услуг организации и стимулирование потенциальных потребителей рекламы к обращению к данному хозяйствующему субъекту.

- целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемый товар (услуги).

Факт признания телефонного звонка рекламным, ИП <...>. не оспаривается.

Частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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

Согласно части 1 статьи 18 ФЗ «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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Каждый рекламодатель обязан соблюдать требования части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», запрещающей распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования подвижной радиотелефонной связи, при отсутствии предварительного согласия абонента на получение рекламы.

При этом, из данной нормы закона следует, что отсутствие согласия абонента на получение рекламы предполагается, если иное не доказано рекламодателем.

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 рекламодателя.

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

Бремя доказывания наличия предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы по сетям электросвязи лежит на рекламодателе, при этом, заявитель не обязан доказывать факт отсутствия подобного согласия.

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

Однако 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 (Постановление пленума ВАС

РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Пленум № 58).

В рассматриваемом случае под абонентом надлежит понимать владельца абонентского номера (факт принадлежности номера Заявителю подтвержден оператором связи), который сообщил антимонопольному органу о том, что он не давал согласия на получение рекламных звонков от абонента +7(905) 185-76-34.

Факт поступления указанного звонка Заявителю, а также принадлежность телефонного номера +7(905) 185-76-34 ИП <...> подтверждается материалами дела и сторонами не оспаривается.

В письменных пояснениях индивидуальный предприниматель сообщил, что целью звонка было озвучивание рекламной информации потенциальному клиенту. Номер телефона получен из открытых источников в сети Интернет на сайте . Согласие владельца абонентского номера +7(905) 185-76-34 на получение рекламы у ИП отсутствует.

Таким образом, предварительное согласие Заявителя на распространение в его адрес рекламной информации индивидуальным предпринимателем не получено. С учетом изложенного, рассматриваемый телефонный звонок нарушает часть 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Кроме этого, рассматриваемая реклама нарушает требования части 2 статьи 18 и части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

• часть 2 статьи 18:

не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозванивания, автоматической рассылки).

Для целей выявления нарушения требования части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» антимонопольным органам необходимо установить факт того, что:

- в ходе осуществления звонка абоненту или направления ему сообщения использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание и автоматическая рассылка);
- осуществление такого звонка абоненту или направление ему такого сообщения осуществлялось для распространения рекламы.

Так, запись телефонного разговора, предоставленная абонентом антимонопольному органу, содержащая в начале такого разговора воспроизведенный абоненту заранее записанный аудиофрагмент, представляющий собой последовательность звуков и/или речь человека (автоматизированная запись), позволяет сделать вывод о том, что в ходе осуществления такого звонка абоненту использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание).

Под запрет, установленный в части 2 статьи 18 Закона о рекламе, подпадают как случаи, когда выбор абонента (абонентского номера) осуществляется не человеком, а техническим устройством, программой, компьютером, машиной, так и случаи, когда набор такого номера осуществляется автоматически, без участия человека (даже если выбор абонентов был произведен человеком).

Как следует из представленной аудиозаписи рекламного звонка, вызов совершен при помощи средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание), о чем свидетельствует воспроизведение абоненту заранее записанного аудиофрагмента, представляющего собой речь человека (автоматизированная запись), а также осуществления определенной команды путем нажатия цифр. При осуществлении звонка с абонентом не велся диалог, Заявителю не могли быть даны ответы на возможные вопросы, отсутствовала как таковая реакция на поведение абонента, в динамике лишь прокручивалась запись голоса.

В свою очередь статья 28 ФЗ «О рекламе» устанавливает специальные требования и ограничения к рекламе финансовых услуг и финансовой деятельности.

Под финансовой услугой понимают, банковскую услугу, страховую услугу, услугу на рынке ценных бумаг, услугу по договору лизинга, а также услугу, оказываемую финансовой организацией и связанную с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц (пункт 2 статьи 4 ФЗ «О защите конкуренции»).

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, в том числе с лимитом кредитования (пункт 1 части 1 статьи 3 ФЗ «О потребительском кредите (займе)»).

Из содержания рекламного звонка следует, что объектом рекламирования выступает услуги кредитования (займа) (кредитная карта лимитом до 1 000 000 рублей), то есть финансовая услуга.

• часть 3 статьи 28:

если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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.

В пункте 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (в том числе по страхованию рисков).

В спорном рекламном звонке озвучены условия - максимальная сумма кредита (займа) до 1 000 000 рублей сумма обслуживания и возможность снятия наличных без комиссии, вместе с тем не указаны условия о сроке, платежах и комиссиях по кредитным операциям, сроки в течении которого проценты не начисляются, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (в том числе по страхованию рисков).

Рассматриваемая реклама не содержит всех условий, определяющих полную стоимость кредита (займа) для заемщика.

В рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Позиция по нарушению части 2 статьи 18 ФЗ, а также части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» индивидуальным предпринимателем не озвучена, какие-либо доводы не представлены. В материалы также не представлено сведений подтверждающих факт договорных взаимоотношений с какими-либо финансовыми организациями и материалы по согласованию текстов рекламных звонков.

Ответственность за нарушение указанных норм ФЗ «О рекламе», в соответствии с частью 6 и 7 статьи 38 данного Закона, возложена на рекламоделателя и рекламодателя.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Закона о рекламе).

Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму (пункт 6 статьи 3 Закона о рекламе).

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Закона о рекламе).

В соответствии с частью 8 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Материалами дела установлено, что ИП <...> выступил рекламодателем указанной рекламы. Данный факт ответчиком не оспаривается.

Также индивидуальный предприниматель выступил лицом приведшем информацию в готовую для распространения в виде рекламы форму, то есть рекламопроизводителем.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) 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.

В силу пункта 54 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В этом случае основания нецелесообразности выдачи предписания излагаются в мотивировочной части решения по делу.

Комиссией принято решение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП <...> не выдавать, так как Заявителем доказательства повторного получения рекламной информации от абонента +7(905) 185-76-34 (после обращения в антимонопольный орган) не представлены.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ИП <...> рекламопроизводителем и рекламораспространителем рекламы.

2. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную путем телефонного звонка 05.12.2022 года в 11:14 на телефонный номер от абонента +7(905) 185-76-34, поскольку в ней нарушены требования части 1, 2 статьи 18 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

3. В соответствии с пунктом 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

4. Передать материалы дела для возбуждения административного производства, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП <...>

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>