



## УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### РЕШЕНИЕ

по делу №066/05/18-3040/2023

21.09.2023

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе (Приказ Свердловского УФАС России от 08.06.2023 №248/23):

председатель Комиссии <...> – заместитель руководителя управления,  
члены Комиссии <...> – начальник отдела контроля органов власти,  
<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти,

при участии:

- заявитель: <...>, извещен, участие не обеспечено,
- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

**ИП <...> (<...>),**

рассмотрев дело №066/05/18-3040/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы «кредитной карты от «Собанка» путем автоматического дозвонивания 23.06.2023 в 18:02 на абонентский номер +7-999-567-45-40 с абонентского номера +7-981-992-06-07 без согласия на получение рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о том, что «Собанк» является посредником банков, без указания наименования лица, в действительности оказывающего финансовую услугу, с признаками нарушения ч.1 и ч.2 ст.18, ч.7 ст.5, ч.1 ст.28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

### УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/18-3040/2023 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 25.08.2023 (исх.№ДШ/17087/23 от 28.08.2023) по итогам рассмотрения заявления <...> (вх.№13768-ИП/23 от 26.06.2023) и назначено к рассмотрению на 21.09.2023 в 14-00 путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/1448369284>.

**Заявитель** сообщил (вх.№13768-ИП/23 от 26.06.2023) о поступлении 23.06.2023 в 18:02 на абонентский номер +7-999-567-45-40 с абонентского номера +7-981-992-06-07 информации следующего содержания: **«Вам одобрена кредитная карта с лимитом до одного миллиона рублей от Собанка. Кредитная история и доход не учитываются. Карта уже одобрена, её нужно только подтвердить. Выпуск и обслуживание бесплатные, снятие наличных без комиссий. Чтобы узнать лимит нажмите 1 или 0, чтобы звонки больше не поступали».**

При этом заявитель полагал, что рекламируются услуги «Совкомбанка», указал в заявлении, что ранее 29.09.2022 отказывался от получения рекламы указанного банка (номер обращения в банке 137 300 300) и согласия с тех пор не давал.

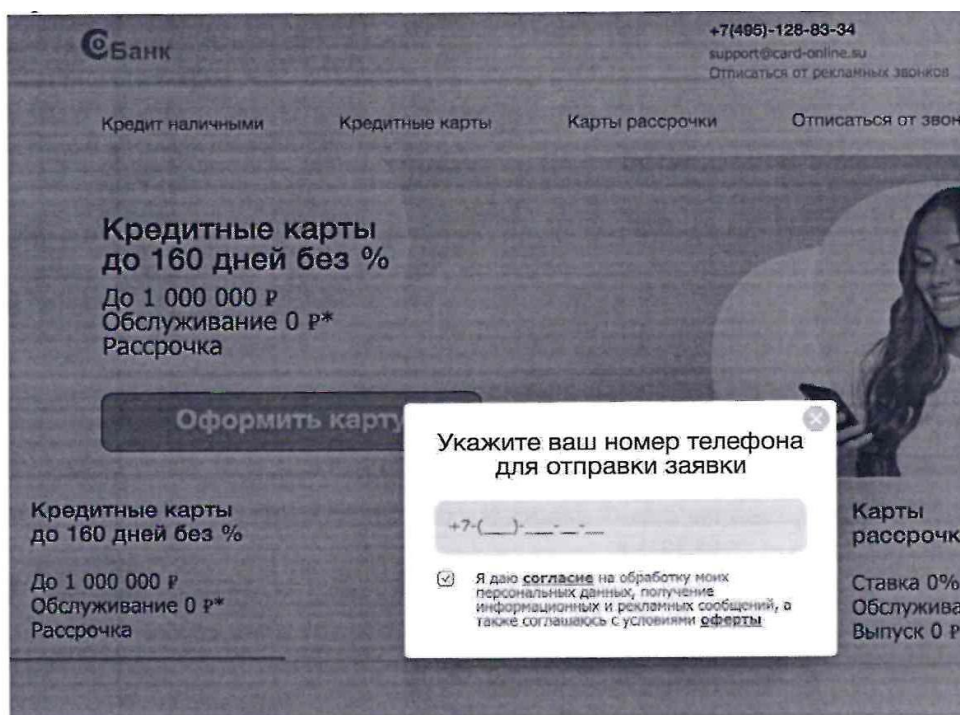
В дополнительных пояснениях (вх.№20342-ЭП/23 от 19.09.2023) заявитель указал, что на самом деле не видит какого-то явного созвучия между названиями «Собанк» и «Совкомбанк», его решение, что звонок поступил именно от банка, было обусловлено тем, что ранее «Совкомбанк» неоднократно нарушал его права в области рекламного законодательства (звонил с предложениями

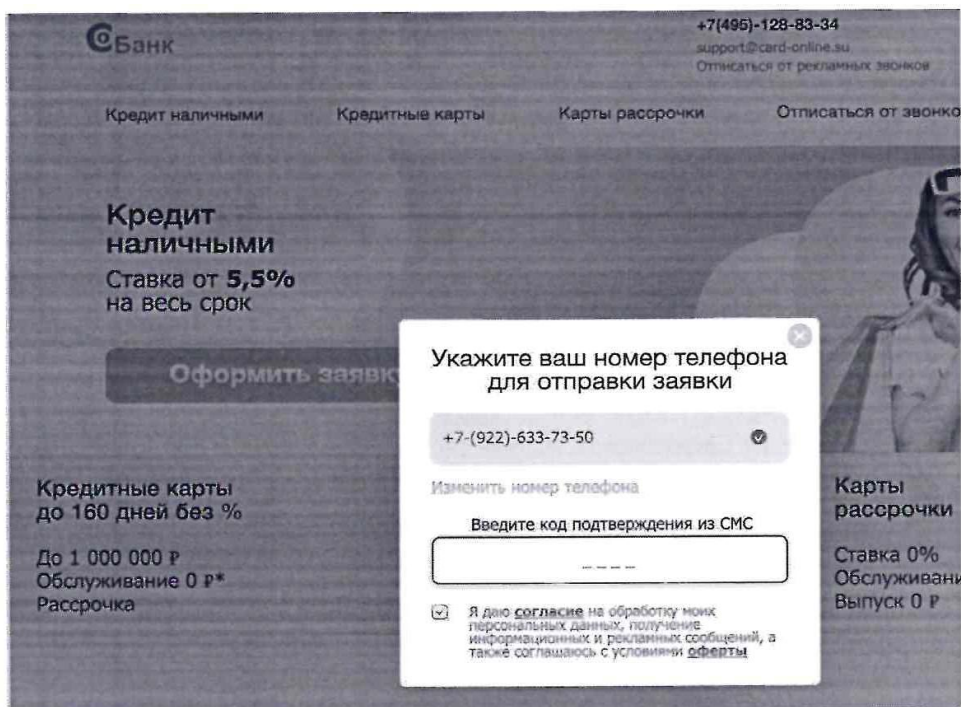
о картах или писал письма), но с некоторыми хитростями: операторы называли не его имя, звонки поступали от роботов, или же в тот момент он ещё не имел никакого доказательства, что отказался от маркетинговых рассылок; названия «Собанк» и «Совкомбанк» на самом деле мало созвучны между собой.

ИП <...> в письменных объяснениях (вх.№20222-ЭП/23 от 18.09.2023) сообщил следующее.

Относительно звонка, полученного на абонентский номер +7-999-567-45-40 с абонентского номера +7-981-992-06-07 ИП <...> может пояснить, что **звонок с информационным сообщением на номер +7-999-567-45-40 был осуществлен по технической ошибке, из-за сбоя в программе.** Все звонки поступают клиентам сайта <https://sobank.online> (далее Сайт) только после получения от них согласия. Клиенты авторизуются на Сайте, указывая свой номер телефона, на который в СМС-сообщении приходит уникальный цифровой код. Указывая данный цифровой код клиент дает свое согласие на обработку персональных данных и получение рекламной информации.

В подтверждение данного факта представлен скриншот соответствующей страницы Сайта:





Сведения о стоимости рекламной кампании. Стоимость рекламной кампании отсутствует. Информационное сообщение, направленное абоненту, не является рекламной кампанией, а представляет собой информацию о сервисе «Собанк» (<https://sobank.online>), на котором имеется возможность подать заявку и узнать предварительное решение сразу от нескольких банков Партнеров.

Сведения о количестве звонков иным абонентам 23.06.2023 г. с абонентского номера +7- 981-992-06-07 с аналогичным предложением. 23.06.2023 с абонентского номера +7-981-992-06-07 было осуществлено 114 звонков. По всем абонентам, получившим информационное сообщение, имеется предварительно полученное согласие, которое было дано ими путем введения уникального цифрового кода из СМС в специальной форме, расположенной на Сайте.

Сведения о том, исключен ли абонентский номер заявителя +7-999-567-45-40 из базы обзвона в рекламных целях. **В настоящее время номер абонента +7-999-567-45-40 отсутствует в базе данных клиентов ИП <...>. Получив звонок, абонент нажал «0» и тем самым автоматически сам отказался от дальнейших звонков.** На Сайте предусмотрена возможность для всех Клиентов в любое время отказаться от получения информационных уведомлений и рекламной информации, воспользовавшись формой обратной связи или направив заявление на адрес электронной почты: support@sobank.online.

Копию утвержденного макета рекламы. Макет рекламы отсутствует.

Сведения о лице, определившем содержание рекламы в случае, если таковым является не ИП <...>. Указанные сведения отсутствуют.

Сведения о лице, фактически оказывающему рекламируемую в спорном звонке финансовую услугу. В спорном звонке **не осуществлялась реклама какого-либо конкретного банка.** Услуга, указанная в сообщении, не является финансовой и представляет собой информацию о сервисе, на котором имеется возможность подать заявку и узнать предварительное решение сразу от нескольких банков Партнеров. Сервис не относится к финансовым учреждениям, не является кредитной организацией или банком. Вся подробная информация содержится в оферте, расположенной на сайте.

Объяснения по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства, а именно, ч. 1 и ч. 2 ст. 18, ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

По факту возникшей ситуации, являющейся предметом рассмотрения в Определении УФАС по Свердловской области, ИП <...> поясняет, что ему принадлежит абонентский номер +7-981-992-06-07. Сайт не является кредитной организацией или банком, а представляет собой сервис, на котором имеется возможность подать заявку и узнать предварительное решение сразу от

нескольких банков Партнеров. При этом информация клиентам поступает только после того, как они авторизуются на сайте и дадут свое согласие на обработку персональных данных и получение рекламной информации. По вопросу заблуждения заявителя жалобы о том, что рекламируются услуги «Совкомбанка», ИП <...> может пояснить, что товарный знак «Собанк» зарегистрирован в соответствии с законом в Федеральной службе по интеллектуальной собственности (Свидетельство на товарный знак прилагается), следовательно прошел проверку на отличительные характеристики. Восприятие информации заявителем жалобы на слух по телефону не может свидетельствовать о тождественности наименования.

**Уральское ГУ Банка России** сообщило (вх.№15349/23 от 14.07.2023) следующую информацию в отношении «Собанк» («Содействие банкам», [sobank.online.ru](http://sobank.online.ru)).

Лицо, использующее наименование «Собанк» («Содействие банкам»), не является кредитной организацией или некредитной финансовой организацией (НФО), поднадзорной Банку России. **Названное лицо не имеет лицензии Банка России на осуществление банковских операций** и не включено ни в один из реестров НФО, ведение которых осуществляется Банком России.

Информацией о наличии между «Собанк» («Содействие банкам») и кредитными организациями (банками) каких-либо правоотношений, равно как и о поступлении в правоохранительные органы обращений в отношении названного лица Уральское ГУ Банка России не располагает. В Уральское ГУ Банка России обращения в отношении «Собанк» («Содействие банкам») не поступали.

Дополнительно сообщено, что сведения о лице, использующем бренд «Собанк» («Содействие банкам»), распространяются в сети Интернет на сайте с доменным именем «[sobank.online](http://sobank.online)» (далее - Сайт). Согласно информации общедоступного сервиса «Whois», ресурс <https://sobank.online.ru> зарегистрирован регистратором доменных имен RU-CENTRE 22.09.2021 на лицо, сведения о котором скрыты сервисом приватности (privacy protection service). В разделе Сайта «информация» сообщается, что «... *Содействие банкам (Собанк) - это информационный портал, на котором имеется возможность подать заявку и узнать предварительное решение сразу от нескольких Партнеров, после чего останется выбрать подходящее предложение и получить его удобным способом.... Услуги на сайте оказывает <...> ИНН 744613115073*».

**Рассмотрев представленные материалы, заслушав доводы и возражения сторон, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам.**

Материалами дела установлено, что 23.06.2023 в 18:02 на абонентский номер +7-999-567-45-40 с абонентского номера +7-981-992-06-07 была распространена информация следующего содержания: *«Вам одобрена кредитная карта с лимитом до одного миллиона рублей от Собанка. Кредитная история и доход не учитываются. Карта уже одобрена, её нужно только подтвердить. Выпуск и обслуживание бесплатные, снятие наличных без комиссий. Чтобы узнать лимит нажмите 1 или 0, чтобы звонки больше не поступали».*

Абонентский номер +7-999-567-45-40 выделен заявителю на основании договора от 18.12.2017, заключенного с ООО «Скартел» (лицевой счет 16461177).

Факт поступления звонка 23.06.2023 в 18:02 на абонентский номер +7-999-567-45-40 с абонентского номера +7-981-992-06-07 подтверждается детализацией состоявшихся соединений по абонентскому номеру заявителя (вх.№13768-ИП/23 от 26.06.2023).

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) понимается 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 (п. 1); под **объектом 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 (п.2); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

К информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке, по мнению ФАС России, относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,

- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),

- характеристика, описание лица, его деятельности,

- информация о производимых или реализуемых товарах.

В рассматриваемом случае сообщение содержит информацию о хозяйствующем субъекте, осуществляющем деятельность под наименованием «Собанк», а также сведения о финансовой услуге, связанной с *«одобрением кредитной карты с лимитом до одного миллиона рублей»*, следовательно, данная информация является рекламой, на которую распространяются требования Закона о рекламе.

По своему содержанию информация, доведенная до заявителя посредством звонка, адресована неопределенному кругу лиц. 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. 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.

Гражданин приобретает и осуществляет права и обязанности под своим именем, включающим фамилию и собственно имя, а также отчество, если иное не вытекает из закона или национального обычая (п.1 ст.19 ГК РФ). Имя, полученное гражданином при рождении, а также перемена имени подлежат регистрации в порядке, установленном для регистрации актов гражданского состояния (п.3 ст.19 ГК РФ).

В рассматриваемом случае абонент по имени в начале звонка не назван.

В соответствии со [статьей 2](#) Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «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.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным абонентам.

В соответствии со [ст. 2](#) Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «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 - любое излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией [ч. 1 ст. 18](#) Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного



звонка (Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 11.05.2021 №09АП-8170/2021 по делу №А40-187154/2020).

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к [Закону](#) о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

При этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

При этом в случае направления посредством телефонного звонка информации, 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** (упоминание имени и отчества абонента), представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

По мнению ФАС России **обобщенная информация не носит персонализированного характера, даже в случае упоминания имени и отчества абонента, представляет интерес для неопределенного круга лиц и является рекламой.**

Спорные сведения о рекламируемой услуге **носят обобщенный характер**, озвученное сообщение не содержит сведений о каких-либо услугах, которыми мог бы воспользоваться исключительно заявитель, и которые предназначалась бы только для него, направлены на формирование и поддержание интереса к объектам рекламирования – *услугам «Собанка» и финансовой услуге по выдаче кредитной карты с лимитом до одного миллиона рублей*, **представляют интерес для неопределенного круга лиц**, в связи с чем являются рекламой.

В соответствии с **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.

[Закон](#) о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в [пункте 15](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено **на распространение именно рекламы**, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя.

Фраза лица, осуществившего звонок, использованные им в момент звонка: *«Вам одобрена кредитная карта с лимитом до одного миллиона рублей от Собанка»*, не может быть признана отбором согласия на распространение рекламы не только потому, что вопрос о согласии прослушать рекламу даже не был задан, слово «реклама» при этом не было озвучено, а информация (предложение) может быть любого характера (не обязательно рекламного), но и потому, что согласие на распространение рекламы должно быть получено от абонента не в момент звонка, а еще до самого звонка.

В судебных актах, вступивших в силу, по делам №А40-254352/21, №А40-1609/22, №А40-15963/22 отражен и закреплен следующий подход.

Необходимо отметить, что в контексте именно телефонных звонков **статьей 18** Закона о рекламе очевидно разграничены два способа получения рекламы абонентом по сетям электросвязи.

Первый способ исходит из **частей 1 и 2 статьи 18** Закона о рекламе и предполагает, что **рекламораспространитель сам инициирует** взаимодействие с абонентом или адресатом, при этом такая инициация разрешена лишь если потребитель заранее выразил желание получать рекламу от конкретного рекламораспространителя.

Второй способ регулируется **частями 3 и 4 статьи 18** Закона о рекламе, при которых **абонент сам осуществляет действия**, направленные на взаимодействие с рекламораспространителем, и в данном случае согласия абонента на получение рекламы не требуется, а необходимо лишь выполнить определенные условия (после сообщения запрашиваемой справки, бесплатно и т.п.).

Такое особое законодательное регулирование распространения рекламы одним из способов связи (телефонное соединение), постановка такого регулирования в прямую зависимость от субъекта, непосредственно инициирующего взаимодействие (рекламораспространитель или абонент), свидетельствует о вышеуказанной цели регулирования **части 1 статьи 18** Закона о рекламе - **недопустимости совершения самого телефонного звонка, призванного привлечь внимание к объекту рекламирования.**

Более того, согласно **пункту 2** Правил оказания услуг телефонной связи, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 09.12.2014 №1342, под телефонным соединением понимается установленное в результате вызова взаимодействие между средствами связи, позволяющее абоненту и (или) пользователю услуг телефонной связи передавать и (или) принимать голосовую и (или) не голосовую информацию.

Исходя из вышеизложенного следует, что в случае, **когда взаимодействие инициируется рекламораспространителем, моментом начала распространения посредством телефонного звонка рекламной информации является момент поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента**, а не момент непосредственного оглашения рекламной информации абоненту. Более того, **рекламораспространитель и не ставит себе иной конечной цели кроме как сформировать интерес к товару (работе, услуге).**

Обязанность рекламораспространителя предварительно получить согласие абонента на получение рекламы предполагает совершение им действий, направленных на получение **согласия абонента**, до начала распространения рекламы по сетям электросвязи, т.е. **в случае с распространением рекламы посредством телефонного звонка до поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента.**

Таким образом, в полной мере реализуется цель законодателя оградить абонентов от **нежелательных звонков, осуществляемых в рекламных целях, в целом, а не только от дальнейшего прослушивания рекламной информации после выражения отказа.**

Согласно ч.1 ст.23 Конституции РФ каждый имеет право на неприкосновенность частной жизни.

Согласие на использование абонентского номера для распространения рекламы должно быть получено от абонента еще до звонка **в рекламных целях**. В противном случае **нарушается право личности на неприкосновенность частной жизни** (многократные звонки от любого лица,

желающего прорекламировать свой товар (услугу), в любое время суток на личный мобильный телефон, используемый в личных целях).

Для признания надлежащим факта получения рекламодателем согласия абонента либо адресата на получение им рекламной информации изначально должно быть явно выраженное желание абонента либо адресата на ее получение, в том числе, посредством отметки соответствующего надлежащим образом оформленного пункта.

В Определении Верховного Суда Российской Федерации от 12.02.2018 № 309-КГ17-22298 по делу № А60-63378/2016, указано, что согласие абонента на получение рекламы, содержащееся в договоре, заключенном в письменной форме, подписанном абонентом, в том числе в договоре на оказание услуг связи, позволяет однозначно идентифицировать абонента и может рассматриваться как надлежащее.

Согласно ст. 2 Закона о персональных данных его целью является обеспечение защиты прав и свобод человека и гражданина при обработке его персональных данных, в том числе защиты прав на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну. Неприкосновенность частной жизни в силу п. 1 ст. 150 ГК РФ является **нематериальным благом**, принадлежащим гражданину от рождения или в силу закона, **неотчуждаемым и непередаваемым** иным способом. При этом положения Закона о связи и Закона о рекламе о необходимости получения предварительного согласия субъекта персональных данных (абонента) также направлены на обеспечение и защиту прав субъектов персональных данных (Определение Конституционного Суда РФ от 23.06.2015 N 1537-О).

Так, в Постановлении Девятого арбитражного апелляционного суда от 01.12.2020 по делу №А40-70758/2020, а также в Решении Арбитражного суда Свердловской области по делу №А60-64190/2021 указано, что распространение рекламы **против воли** абонента является **формой его информационного насилия**.

В свою очередь, в ч.1 ст.18 Закона о рекламе презюмируется отсутствие согласия, а не наоборот.

Заявитель – абонент номера +7-999-567-45-40 - указал, что не давал согласие на получение рекламы с абонентского номера +7-981-992-06-07, доказательства обратного в материалы дела не представлены, как указал ИП <...>, звонок был осуществлен по технической ошибке.

Согласно **ч.2 ст.18 Закона о рекламе не допускается** использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера **без участия человека** (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

Под запрет, установленный в указанной норме, 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).

По мнению ФАС России для целей выявления нарушения **требования ч.2 ст.18** 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 дозвонивание и автоматическая рассылка);

- осуществление такого звонка абоненту или направление ему такого сообщения осуществлялось для распространения рекламы.

Вместе с тем для целей реализации ФАС России возложенных на него полномочий антимонопольный орган должен обладать документами и доказательствами, необходимыми для принятия обоснованного решения.

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 дозвонивание**).



Такие обстоятельства могут рассматриваться антимонопольными органами как нарушение рекламодателем требований **ч.2 ст.18** Закона о рекламе.

Заявитель представил запись спорного звонка в Управление. Анализ записи звонка позволяет сделать вывод о том, что распространение рекламы в данном случае осуществлялось с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека, поскольку информация озвучивалась **автоинформатором**, «голосовым роботом» (предположительно с помощью специального программного обеспечения), который транслировал заранее записанный аудиофрагмент, а затем предложил нажать цифру «1» или «0», а не разговаривал с абонентом.

Согласно **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.

**Уральское ГУ Банка России** сообщило (вх.№15349/23 от 14.07.2023) следующую информацию в отношении «Собанк» («Содействие банкам», [sobank.online.ru](https://sobank.online.ru)).

В настоящее время на сайте <https://sobank.online/> содержится следующая информация: *«Содействие банкам (Собанк) – это источник выгодных онлайн предложений Российских банков в одной анкете. Содействие банкам (Собанк) - это информационный портал, на котором **имеется возможность подать заявку и узнать предварительное решение сразу от нескольких Партнеров**, после чего останется выбрать подходящее предложение и получить его удобным способом».*

ИП <...> подтвердил, что услуга, указанная в сообщении, не является финансовой и представляет собой информацию **о сервисе, на котором имеется возможность подать заявку и узнать предварительное решение сразу от нескольких банков Партнеров**. Сервис не относится к финансовым учреждениям, не является кредитной организацией или банком. Между тем, данная информация о действительной природе услуги, предлагаемой лицом под наименованием «Собанк», в спорной рекламе отсутствует, информация, которая дословно звучит так: *«**Вам одобрена кредитная карта с лимитом до одного миллиона рублей от Собанка. Кредитная история и доход не учитываются. Карта уже одобрена, её нужно только подтвердить. Выпуск и обслуживание бесплатные, снятие наличных без комиссий. Чтобы узнать лимит нажмите 1 или 0, чтобы звонки больше не поступали**»*, при отсутствии сведений о том, что «Собанк» является информационным ресурсом, на котором можно лишь подать заявку на кредит (посредник между потребителем и банками), воспринимается как финансовая услуга по выдаче кредитной карты финансовой организацией под наименованием «Собанк» (озвучено именно сокращенное наименование «Собанк», а не «Содействие банкам»), что косвенно подтверждается и введением в заблуждение заявителя, воспринявшего рекламу как информацию именно от банка «Совкомбанк».

Согласно **ч.1 ст.28 Закона о рекламе** реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В рассматриваемой рекламе, являющейся рекламой услуг сервиса «Собанк» по сбору заявок на кредиты («Собанк» является лишь посредником между потребителем и банком, о чем сообщено на сайте <https://sobank.online/>), **одновременно рекламируется и финансовая услуга – выдача уже одобренной кредитной карты с лимитом до 1 миллиона рублей, при одобрении на выдачу которой кредитная история и доход не учитываются, выпуск и обслуживание бесплатные, снятие наличных без комиссий**, при этом, не указано наименование лица, оказывающего рекламируемую финансовую услугу на указанных условиях.

Ответственность за нарушение требований, установленных ст.18 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.7 ст.5 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч.6 ст. 38 Закона о рекламе).

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.1 ст.28 Закона о рекламе, несет как рекламодатель, так и рекламодатель (ч.6 и ч.7 ст. 38 Закона о рекламе).

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

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе.

Согласно информации, размещенной на сайте <https://niir.ru>, номер, с которого поступила нежелательная реклама - +7-981-992-06-07 - принадлежит номерной ёмкости оператора ПАО «МТС».

ПАО «МТС» сообщило (вх.№14729/23 от 06.07.2023), что абонентский номер +7-981-992-06-07 с 26.06.2023 выделен ИП <...> на основании Договора об оказании услуг подвижной связи МТС от 27.02.2020 с дополнительным соглашением об оказании услуги «Автосекретарь».

ИП <...> не указал иное лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы, при этом реклама была распространена с использованием принадлежащего ему абонентского номера и в его интересах как лица, оказывающего услуги на сайте <https://sobank.online/>.

На основании вышеизложенного, рекламодателем и рекламодателем спорной рекламы является ИП <...>, который определил содержание рекламы, несет ответственность за доступ к принадлежащему ему абонентскому номеру +7-981-992-06-07 и его использование в целях распространения рекламы.

Резолютивная часть решения по делу согласно пп. «г» п.47 Правил №1922 должна содержать сведения о выдаче предписания (предписаний) с указанием лица (лиц), которому оно выдается.

Согласно п. 49 Правил №1922 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.

ИП <...> сообщил, что в настоящее время номер абонента +7-999-567-45-40 отсутствует в базе данных его клиентов, т.к., получив звонок, абонент нажал «0» и тем самым автоматически сам отказался от дальнейших звонков. Какие-либо доказательства продолжения звонков заявителем не представлены.

На основании вышеизложенного отсутствует необходимость в выдаче предписания.

В соответствии с п.7 ч.2 ст.33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ст.14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 КоАП РФ 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.

Согласно п.48 Правил №1922 дата изготовления решения по делу в полном объеме считается датой принятия решения по делу.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст.14.3 КоАП РФ.

В соответствии с п.4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 1.1 и 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ, и

достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства.

Достаточность данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, была установлена антимонопольным органом по итогам рассмотрения дела, рассмотрение которого не относится к государственному контролю (надзору), порядок организации и осуществления которого не регулируется Федеральным законом от 31 июля 2020 года №248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации». Достаточность данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, была установлена антимонопольным органом по итогам рассмотрения дела, порядок возбуждения и рассмотрения которого регулируется Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922). В связи с чем в силу примечания к ст.28.1 КоАП РФ положения ч.3.1 ст.28.1 КоАП РФ не распространяются на данный случай возбуждения дела об административном правонарушении.

Учитывая установленные ч.1 ст.37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в соответствующем постановлении.

Согласно ч.1 ст.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 п.1 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник, а для оказания юридической помощи потерпевшему - представитель. В качестве защитника или представителя к участию в производстве по делу об административном правонарушении допускается адвокат или иное лицо (ч.ч.1, 2 ст.25.5 КоАП РФ).

Согласно ч.1 ст.25.15 КоАП РФ лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1, ч. 4 ст. ст. 25.5 и п. 3 ч. 4 ст. 28.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника. Защитник допускается к участию в производстве по делу об административном правонарушении с момента возбуждения дела об административном правонарушении, которое считается возбужденным с момента составления протокола об административном правонарушении.

На основании изложенного, руководствуясь ст.ст.33 - 36 Закона о рекламе, в соответствии с п. 42 – 48 Правил №1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «кредитной карты от «Собанка», распространенную 23.06.2023 в 18:02 на абонентский номер +7-999-567-45-40 с абонентского номера +7-981-992-06-07, ненадлежащей, нарушающей требования:

- ч.1 и ч.2 ст.18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена без предварительного согласия абонента на получение рекламы с применением автоматического дозвонивания;

- ч.7 ст.5 Закона о рекламе, поскольку в рекламе отсутствует часть существенной информации о том, что «Собанк» является информационным ресурсом, на котором можно лишь подать заявку на кредит (посредник между потребителем и банками);

- ч.1 ст.28 Закона о рекламе, поскольку в рекламе финансовой услуги по выдаче кредитной карты на озвученных условиях отсутствует наименование или имя лица, оказывающего эти услуги.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Свердловского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

4. **ИП <...>** (защитнику) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **26 октября 2023 г. в 10 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, с документами, удостоверяющими личность.

**ИП <...>** вправе представить письменные объяснения по факту правонарушения (ст. 26.3 КоАП РФ), в том числе, указать (при наличии) обстоятельства, смягчающие (ст.4.2 КоАП РФ) и отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную ответственность, исключаяющие производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ).

Для приобщения к протоколу письменных объяснений (ст. 26.3 КоАП РФ) их надлежит представить в письменной форме и раскрыть в них свою позицию относительно каждого из указанных в решении обстоятельств, подкрепив ее соответствующими доказательствами.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

*Решение антимонопольного органа может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения (ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе).*

*Для оперативности информацию следует предварительно направить по факсу либо на электронную почту Управления ([to66@fas.gov.ru](mailto:to66@fas.gov.ru)). В ответе необходимо ссылаться на исходящий номер документа Свердловского УФАС России.*

*Протокол об административном правонарушении подписывается должностным лицом, его составившим, физическим лицом или законным представителем юридического лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении (ч. 5 ст. 28.2 КоАП РФ).*

*Согласно ч. 1 ст. 51 Конституции Российской Федерации никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом.*

*В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.*

*В соответствии с ч. 5 ст. 25.5 КоАП РФ защитник, допущенный к участию в производстве по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, участвовать в рассмотрении дела, обжаловать применение мер обеспечения производства по делу, постановление по делу, пользоваться иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.*

*Неявка лица до истечения указанного срока не препятствует дальнейшему движению дела об административном правонарушении, протокол об административном правонарушении может быть составлен в отсутствие указанного лица (ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ).*

***В случае невозможности личной явки лиц, участвующих в составлении протокола (в том числе, защитников), необходимо направить ходатайство ([to66@fas.gov.ru](mailto:to66@fas.gov.ru)) о составлении протокола в их отсутствие с учетом представленных письменных пояснений.***

***Независимо от формы участия в составлении протокола все письменные пояснения и документы будут всесторонне изучены и учтены при его составлении.***

*Кроме того, Управление информирует о возможности представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов (указать реквизиты сопроводительного письма к данному документу) путем их направления по адресу электронной почты, указанной в расписке, с подтверждением того, что такой способ получения процессуальных документов будет являться надлежащим уведомлением (расписка должна быть заполнена физическим лицом, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).*

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>