

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 012/05/18-682/2019**

**о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе**

«24» декабря 2019 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «20» декабря 2019 года

Полный текст решения изготовлен: «24» декабря 2019 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя

член Комиссии –

член Комиссии –

рассмотрев дело 012/05/18-682/2019, возбужденное по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, частей 1, 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении ненадлежащей рекламы следующего содержания:

«Здравствуйте, я специалист банковского сервиса Зе кредит. Вам одобрен онлайн займ восемьдесят тысяч рублей, без отказа и переплаты процентов. Для оформления заявки и получения денег за 10 минут нажмите на своем телефоне цифру один. Вам больше не звонить? Нажмите 0», в отсутствие лиц, участвующих в деле,

**УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в порядке переадресации из Федеральной антимонопольной службы поступило заявление гражданина вх. № 204-Б от 06.09.2019) о нарушении Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламного сообщения посредством телематических средств связи без согласия абонента, в которой содержатся признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, частей 1, 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

В заявлении указано о распространении рекламного звонка без получения предварительного согласия абонента на телефонный номер следующего содержания: «Здравствуйте, я специалист банковского сервиса Зе кредит. Вам одобрен онлайн займ восемьдесят тысяч рублей, без отказа и переплаты процентов. Для оформления заявки и получения денег за 10 минут нажмите на своем телефоне цифру один. Вам больше не звонить? Нажмите 0». Звонок осуществлен 04.09.2019 в 10 часов 51 минуту. Звонок был осуществлен с номера К заявлению приложена копия согласия также приложение с записью телефонного звонка.

Марийским УФАС России направлен запрос в о предоставлении информации.

В письменных пояснениях сообщило, что на абонентском номере установлены запреты на рекламу от , запретов на внешнюю рекламу не имеется. Номер телефона обслуживается по Договору № 724165784 от 26.06.2019 и принадлежит ООО

Из детализации звонков, представленных ПАО следует, что звонок с номера был произведен в 10:51, продолжительность времени разговора составила 22 секунды, что соответствует записи, представленной

ООО пояснений по вышеуказанному факту не представило.

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 (письмо ФАС России от 05 апреля 2007 года исх. № АЦ/4624).

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. В рассматриваемой смс-рекламе объектом рекламирования являются услуги по предоставлению кредита.

Информация, направленная в виде смс-сообщения, не обращена к конкретному потребителю, из аудио-звонка не следует, что оно было адресовано каким-либо определенным лицам, следовательно, является неперсонифицированной, поскольку невозможно определить заранее какие конкретно лица будут выступать в качестве получателя данной информации, поскольку пользователем телефонного номера может быть не сам абонент, а его родственник, знакомый, которому передано право пользования, а следовательно, получатели информации не могут быть определены.

Таким образом, информация, поступившая является рекламой, поскольку содержит следующие признаки рекламы: звонок сделан посредством подвижной радиотелефонной связи, информация была адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (соответствующим услугам), формирование или поддержание интереса к нему и

его продвижение на рынке.

Согласно части 1 статьи 18 Закон 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, а также не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

Указанная информация доводилась до абонента без предварительного согласия абонента на ее получение с применением электронного сервиса операторов подвижной связи, что нарушает часть 1 статьи 18 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 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.

А также часть 1, 3 статьи 28 Закона о рекламе закрепляет, что 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), а также умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В распространенном рекламном звонке не указаны наименование лица, оказывающего эти услуги, а также умалчиваются все условия оказания соответствующих услуг. Следовательно, данная реклама нарушает требования части 7 статьи 5, части 1, 3 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

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, в случае, если будет доказана его вина.

При рассмотрении заявления антимонопольным органом установлен следующий механизм распространения указанного рекламного звонка.

В письменных пояснениях ПАО пояснило, что на абонентском номере установлены запреты на рекламу от .

Согласно письменным сведениям, представленным ПАО абонентский номер принадлежит ООО.

Из материалов дела следует, что между ПАО и ООО заключен договор об оказании услуг связи № 724165784 от 26.06.2019.

Согласно пункту 1.1. и 1.2. вышеуказанного договора договор регулирует отношения между Оператором и Абонентом при оказании Оператором услуг связи. В соответствии с условиями настоящего договора оператор оказывает услуги, а абонент оплачивает. Права и обязанности сторон не могут передаваться другим лицам иначе как в порядке установленным законом или договором. В случае передачи абонентского устройства с подключенной SIM-картой третьим лицам, абонент несет ответственность за все действия, совершенные третьим лицом с использованием телефонного номера.

В соответствии с частью 1 статьи 46 Закона о связи оператор связи обязан оказывать пользователям услуги связи в соответствии с законодательством Российской Федерации, национальными стандартами, техническими нормами и правилами, лицензией, а также договором об оказании услуг связи; соблюдать требования, касающиеся организационно-технического взаимодействия с другими сетями связи, пропуска трафика и его маршрутизации и устанавливаемые федеральными органами исполнительной власти в области связи, а также требования к ведению взаиморасчетов и обязательным платежам.

Пунктом 21.1 Правил присоединения сетей электросвязи и их взаимодействия, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 28.03.2005 № 161, оператор сети подвижной связи при оказании услуг присоединения обязан обеспечить возможность пропуска трафика на (от) своей сети связи.

Письмом от 28.04.2011 № АК/16266 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» ФАС России указала, 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.

Следовательно, ПАО не является рекламораспространителем, а только обеспечивает подключение к сети оператора.

Вместе с тем, из всех собранных документальных доказательств установлено, что рекламодателем является ООО

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, частей 1, 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает, что в настоящее время отсутствуют доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе и в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе со стороны

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в

соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольными органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

**РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу, направленную ООО 04.09.2019 в 10 часов 51 минуту на номер гражданина, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 1 статьи 18, частей 1, 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

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