

Управление Федеральной антимонопольной службы  
по Республике Коми

РЕШЕНИЕ

10 февраля 2022 года

(изготовление решения в полном  
объеме)

27 января 2022 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/1149

г. Сыктывкар

<...>

(по адресу)

**ООО «Медстарт»**

Пятницкая ул., д. 71/5,

этаж/помещ. 1/100,

вн.тер.г. муниципальный  
округ Замоскворечье,  
г. Москва, 115054

<...>

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 № 011/05/18-871/2021, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Медстарт» (далее – ООО «Медстарт») по факту распространения 01.10.2021 в 20 часов 45 минут посредством звонка на абонентский номер заявителя <...> с абонентского номера <...> рекламы постковидной диагностики и процедуры реабилитации (далее – рассматриваемая реклама), с признаками нарушения требований ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие:

- ООО «Медстарт», надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела, направившего ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие своего представителя,
- заявителя, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела;

## УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление <...> от 01.10.2021 (вх. № 5022-э от 04.10.2021) о распространении на его абонентский номер рекламного звонка с нарушением требований рекламного законодательства.

По результатам рассмотрения указанного заявления принято решение о возбуждении дела № 011/05/18-871/2021 в отношении ООО «Медстарт» (ОГРН 1207700362870, ИНН 9705148362) по признакам нарушения ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/8864 от 29.11.2021 (далее - Определение).

Из материалов дела № 011/05/18-871/2021 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

Из заявления следует, что на абонентский номер заявителя <...> с абонентского номера <...> 01.10.2021 в 20 часов 45 минут поступил рекламный звонок следующего содержания:

«– Медицинский центр приглашает жителей пройти постковидную диагностику и процедуру реабилитации без оплаты. Предложение действует только для граждан Российской Федерации от сорока до семидесяти четырёх лет. Если Вам интересно, нажмите любую цифру.

- Регистратура «Центра» – отделение № 1, здравствуйте, Вас заинтересовало постковидное обследование?

- Да, меня заинтересовало, откуда у вас моё согласие на совершение рекламных звонков в мой адрес?

- Ну Вы у меня не спрашивайте, я лично ничё не искала и это не моя инициатива.

- Хорошо, вопрос ...».

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: постковидной диагностике и процедуре реабилитации, формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством звонка на абонентский номер <...>, является рекламой.

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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель 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 рекламодателя.

Заявитель указывает, что своего согласия на получение рассматриваемой рекламы он не давал. Из представленной заявителем аудиозаписи усматривается, что рассматриваемая реклама распространена в отсутствие предварительного согласия абонента на получение указанной рекламы.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, несет ответственность рекламодатель.

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч.ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

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

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

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 рекламодателем. При этом рекламодателем 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, рекламодателем не является.

Как указывает в письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, ООО «Медстарт», в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Общество соблюдает требования законодательства Российской Федерации о рекламе, распространителем информации рекламного характера не является, звонков на указанный номер с целью рекламы не осуществляет абонентам, которые не являются клиентами Общества.

Кроме того, как указало ООО «Медстарт», Общество не обязано доказывать свою невиновность, поскольку все неустранимые сомнения толкуются в его пользу. По мнению Общества, вызывает сомнение тот факт, что из текста приведённого звонка следует, что абонентом выступает женское лицо, что подтверждается фразой «я лично ничё не искала».

Вместе с тем, как пояснило ООО «Медстарт», есть основания полагать, что звонок мог носить ошибочный характер вследствие работы персонала (менеджеров) дистанционно в условиях соблюдения Обществом карантинных мер, вследствие чего контроль за сотрудниками ослаблен.

Таким образом, по мнению ООО «Медстарт», в действиях Общества признаков правонарушений, предусмотренных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, не имеется.

В материалы рекламного дела ООО «Медстарт» представлена копия приказа № <...> от <...>, из п. 4 которого следует, что сотрудник, виновный в допущении рассматриваемого звонка - <...> (далее – <...>) привлечён к дисциплинарной ответственности в виде вынесения строгого выговора.

ООО «Медстарт» пояснило, что Общество соблюдает требования законодательства Российской Федерации о рекламе, распространителем информации рекламного характера не является, звонков с целью рекламы не осуществляет абонентам, которые не являются клиентами Общества.

Кроме того, как указало ООО «Медстарт», Общество имеет достаточную базу постоянных пациентов в г. Москва и Московской области, давших согласие на обработку своих персональных данных (в том числе мобильных) при анкетировании в рамках заключённых договоров по оказанию медицинских услуг. С целью приглашения на медицинские процедуры согласно графика их прохождения менеджером производится приглашение лиц, которые являются клиентами Общества.

По мнению ООО «Медстарт», при таких обстоятельствах вменять Обществу факт нарушения законодательства о рекламе будет ошибочным. Поскольку система загрузки звонков осуществляется вручную, где указываются номера абонентов, которые дали согласие на получение информации услуг и предложений медицинского характера, есть основания полагать, что в данном случае имела место техническая (механическая) ошибка с учётом человеческого фактора при наборе указанного номера телефона в условиях работы персонала Общества (менеджеров по работе с клиентами) дистанционно в период пандемии и соблюдения установленных карантинных мер, вследствие чего контроль за сотрудниками ослаблен. Общество предприняло меры, направленные на выяснение обстоятельств дела, выявление и наказание виновного лица. Таким образом, в действиях Общества отсутствуют признаки правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ. Умысла на осуществление звонка с целью рекламы в действиях Общества не имелось.

ООО «Медстарт» ссылается на письма Роскомнадзора № 08АП-6054 от 20.01.2017, № П11-15054 от 07.07.2017, где указано, что к сведениям об абоненте относятся фамилия, имя, отчество или псевдоним гражданина, а также адрес абонента и другие данные, позволяющие идентифицировать абонента. Номер мобильного телефона не позволяет идентифицировать личность абонента.

Как указало ООО «Медстарт», вся мера ответственности возложена на <...> ООО «Медстарт» <...> (далее - <...>), поскольку в Обществе отсутствует должностное лицо, которое персонально отвечает за рекламу.

На основании вышеизложенного, ООО «Медстарт» ходатайствовало о прекращении производства по делу № 011/05/18-871/2021 в отношении ООО «Медстарт», либо о вынесении предписания, о привлечении к административной ответственности должностного лица (<...>).

Комиссией Коми УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Медстарт».

Комиссия Коми УФАС России, рассмотрев вышеуказанные доводы ООО «Медстарт», приходит к нижеследующим выводам.

Как следует из п. 7 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Федеральная антимонопольная служба вправе поручить своему территориальному органу возбудить и (или) рассмотреть возбужденное дело по ходатайству своего территориального органа или по собственной инициативе независимо от места нахождения (места жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, или места распространения рекламы.

Кроме того, как следует из письма ФАС России от 11.11.2019 № ДФ/98054/19, при поступлении на электронную почту территориального органа письма, содержащего заявление гражданина о нарушении части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», от отправителя «ФАС России» (адрес электронной почты: delo@fas.gov.ru), такое заявление подлежит рассмотрению по существу получившим его территориальным органом в установленный законом срок. Такое заявление может быть перенаправлено в иной территориальный орган только по согласованию с территориальным органом, согласившимся принять данное обращение, или с ФАС России. О результатах рассмотрения обращения необходимо уведомить заявителя.

Заявление <...> от 01.10.2021 (вх. № 5022-э от 04.10.2021) поступило в Коми УФАС России с адреса электронной почты: delo@fas.gov.ru.

Таким образом, с учётом вышеизложенного, Комиссией Коми УФАС России не усматривается оснований для удовлетворения ходатайства ООО «Медстарт» в части передачи дела территориальному органу Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения.

В соответствии с 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.

Согласно 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством звонка;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: постковидной диагностике и процедуре реабилитации, формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Согласно письму ФАС России № КТ/97254/21 от 17.11.2021, имеющемуся в материалах рекламного дела, системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, либо деятельность того хозяйствующего субъекта, которые можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров или хозяйствующих субъектов соответственно.

По мнению ФАС России, распространяемая посредством телефонных звонков информация, которая содержит указание на профиль деятельности организации, оказывающей какие-либо услуги, а также номер, набираемый в тоновом режиме, или иные сведения, позволяющие получателю такой информации воспользоваться услугами, оказываемыми конкретной организацией, является рекламой, поскольку указанные сведения индивидуализируют данную организацию и направлены на привлечение внимания к деятельности такой организации. Рассматриваемая информация с выражением: «Медицинский центр приглашает жителей пройти постковидную диагностику и процедуру реабилитации без оплаты. Предложение действует только ... Если Вам интересно, нажмите любую цифру ...» содержит предложение набрать цифру на телефоне, по результатам которого будет осуществлена переадресация абонента, что, с учётом специфики распространения указанной информации позволяет воспользоваться услугами, оказываемыми конкретной организацией. Как следствие, указанная информация является рекламой.

Закон о рекламе возлагает обязанность доказывания факта наличия согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи на рекламораспространителя.

В силу п. 1 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.

В соответствии с ч. 1 ст. 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - 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.

При этом согласие абонента 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 (пункт 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58).

В пункте 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что, поскольку Законом о рекламе не определен порядок и форма получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи, согласие может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

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

Между тем согласие абонента на получение рекламы должно четко содержать волеизъявление лица на получение рекламы. В случае отсутствия четкого волеизъявления абонента реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента.

В связи с тем, что заявитель утверждает, что не давал согласия на распространение рассматриваемой рекламы на его абонентский номер, а ООО «Медстарт» не доказано обратное, то Комиссия Коми УФАС России приходит к выводу, что распространение указанной рекламы противоречит части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Содержание разговора свидетельствует о том, что заявитель не был предупрежден о цели звонка и в нарушение требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе представитель ООО «Медстарт» предварительно не выяснил, согласен ли абонент на получение рекламы.

Как указало ООО «Медстарт», Общество соблюдает требования законодательства Российской Федерации о рекламе, распространителем информации рекламного характера не является, звонков с целью рекламы не осуществляет абонентам, которые не являются клиентами Общества. Звонок

мог носить ошибочный характер вследствие работы персонала (менеджеров) дистанционно в условиях соблюдения Обществом карантинных мер, вследствие чего контроль за сотрудниками ослаблен.

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 распространённой 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.

С учетом изложенного, информация, содержащаяся в рассматриваемом звонке, осуществлённом 01.10.2021 в 20 часов 45 минут в адрес заявителя, является рекламой.

ООО «Медстарт» заявлен довод о том, что вызывает сомнение тот факт, что из текста приведённого звонка следует, что абонентом выступает женское лицо, что подтверждается фразой «я лично ничё не искала».

Вместе с тем, из содержания телефонного разговора Комиссией усматривается, что вышеуказанная фраза принадлежит не абоненту – заявителю, а лицу, которое ответило заявителю при его переключении в тоновом режиме.

Ссылка ООО «Медстарт» на письма Роскомнадзора № 08АП-6054 от 20.01.2017, № П11-15054 от 07.07.2017, где указано, что к сведениям об абоненте относятся фамилия, имя, отчество или псевдоним гражданина, а также адрес абонента и другие данные, позволяющие идентифицировать абонента, номер мобильного телефона не позволяет идентифицировать личность абонента, к рассматриваемым обстоятельствам неприменима, поскольку в указанных документах анализируются вопросы, касающиеся Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», а не Закона о рекламе.

Согласно Выписке из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Медстарт», размещённой на официальном сайте ФНС России, основным видом деятельности Общества является деятельность в области медицины прочая.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама распространена ООО «Медстарт» для получения прибыли при осуществлении вышеуказанного вида деятельности.

На основании имеющихся в рекламном деле материалов Комиссия Коми УФАС России пришла к выводу, что ООО «Медстарт» является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Доказательств того, что ООО «Медстарт» было получено предварительное согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, в материалы рекламного дела не представлено.

Документов, материалов, указывающих, что ООО «Медстарт» приняты все достаточные меры по соблюдению требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе при осуществлении 01.10.2021 в 20 часов 45 минут посредством звонка на абонентский номер заявителя <...> с абонентского номера <...>. Коми УФАС России при рассмотрении дела не получено, Обществом не представлено.

Таким образом, доказательств того, что ООО «Медстарт» было получено предварительное согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, материалы рекламного дела не содержат.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодатель - ООО «Медстарт», 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 рекламе Закону о рекламе, что является исключительной зоной ответственности рекламодателя.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «Медстарт».

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ООО «Медстарт» должных мер по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ООО «Медстарт» нарушены требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

При таких обстоятельствах оснований для удовлетворения ходатайства ООО «Медстарт» о прекращении дела № 011/05/18-871/2021 не усматривается.

Согласно письменным пояснениям ООО «Медстарт», представленным в материалы рекламного дела, должностным лицом, ответственным за контроль соблюдения Обществом законодательства о рекламе, является <...> Общества <...>.

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 г. Москвы.

Заявитель проживает в <...>.

Следовательно, субъектом Российской Федерации, на территории которого была распространена (доведена до потребителя) реклама, является г. Москва.

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 ООО «Медстарт» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Таким образом, Комиссией Коми УФАС России усматриваются основания для удовлетворения ходатайства ООО «Медстарт» о выдаче Обществу предписания.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-49 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 постковидной диагностики и процедуры реабилитации, распространенную 01.10.2021 в 20 часов 45 минут посредством звонка на абонентский номер заявителя <...> с абонентского номера <...>, ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «Медстарт» (ОГРН

1207700362870, ИНН 9705148362) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения в отношении общества с ограниченной ответственностью «Медстарт» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения в отношении должностного лица общества с ограниченной ответственностью «Медстарт» <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 10 февраля 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 \_\_\_\_\_ <...>

\_\_\_\_\_ <...>