

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/18.1-682/2024

Резолютивная часть решения оглашена «28» августа 2024 г.

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

«11» сентября 2024 г.
Москва

г.

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

Председатель Комиссии:

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

Члены Комиссии:

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

<...> – <...> отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления, рассмотрев дело № 050/05/18.1-682/2024, возбужденное по факту размещения 07.01.2024 в 19:53 в чате поселка <...> в мессенджере <...> (далее – Чат) пользователем с абонентским номером <...> рекламы следующего содержания: *«Сборка разборка мебели любой сложности (а также ремонт мебели). Мелкий ремонт дверей. Установка стиральных машин, установка смесителей. Домашний и офисный переезд. Очень аккуратный, ответственный специалист. <...>»* с признаками нарушения части 16 статьи 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Управление поступило переданное с письмом ФАС России от 07.03.2024 № 08/19448/24 обращение физического лица от 11.03.2024 № 7511-ЭП/24, содержащее информацию о размещении в Чате рекламы с нарушением требований законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Обращение).

07.01.2024 в 19:53 в Чате пользователем с абонентским номером <...> размещена реклама следующего содержания: *«Сборка разборка мебели любой сложности (а также ремонт мебели). Мелкий ремонт дверей. Установка стиральных машин, установка смесителей. Домашний и офисный переезд. Очень аккуратный,*

ответственный специалист. <...>».

В ходе рассмотрения Обращения Управлением установлено, что абонентский номер <...> выделен Обществу с ограниченной ответственностью «В Доступе» (место нахождения: 119331, г. Москва, пр-кт Вернадского, д. 29, помещ. 1, ком. 5, 5А, 5Б, 5В, 5Г; ИНН: 7736583185; ОГРН: 5087746084730; дата регистрации в качестве юридического лица: 09.09.2008, далее – ООО «В Доступе») на основании договора об оказании услуг связи от 26.06.2018 № 11220018244903.

Согласно правовой позиции ООО «В Доступе» от 27.05.2024 № 16408-ЭП/24 номер телефона <...> передан им Индивидуальному предпринимателю <...> на основании договора от 01.05.2019 № 20201126.

В свою очередь, ИП <...> сообщила ООО «В Доступе», что конечным пользователем абонентского номера <...> является <...>.

<...> в своей правовой позиции от 17.06.2024 № 19619-ЭП/24 пояснила, что в Чате она порекомендовала специалиста по просьбам пользователей, при этом не знала о необходимости маркировать рекламу.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

В силу положений пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой признается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В силу пункта 3 статьи 3 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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

Рассматриваемое сообщение, размещенное в Чате 07.01.2024 в 19:53

пользователем с абонентским номером <...>, является рекламой, поскольку отвечает всем признакам рекламы согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, а именно: является информацией «Сборка разборка мебели любой сложности (а также ремонт мебели). Мелкий ремонт дверей. Установка стиральных машин, установка смесителей. Домашний и офисный переезд. Очень аккуратный, ответственный специалист.<...>», распространенной в сети «Интернет», адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к бытовым услугам.

В соответствии с частью 16 статьи 18.1 Закона о рекламе реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», должна содержать пометку «реклама», а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы.

Рассматриваемая реклама не содержит пометки «реклама» и указания на рекламодателя такой рекламы, что свидетельствует о ее распространении с нарушением части 16 статьи 18.1 Закона о рекламе.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 16 статьи 18.1 Закона о рекламе.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 16 статьи 18.1 Закона о рекламе.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из материалов настоящего дела следует, что <...> является рекламораспространителем спорной рекламы как лицо, фактически использующее абонентский номер <...>, а также лицо, состоящее в Чате.

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

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

что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

По результатам рассмотрения дела № 050/05/18.1-669/2024, возбужденного по аналогичным обстоятельствам, Комиссией принято решение о выдаче <...> предписания от 11.09.2024, согласно которому она обязан прекратить распространение рекламы с нарушением требований части 16 статьи 18.1 Закона о рекламе.

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

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

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 16 статьи 18.1 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе <...> не выдавать.

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

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

Председатель Комиссии
<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>