

## РЕШЕНИЕ по делу № 076/05/18-1094/2023

«16» октября 2023 года г. Ярославль

Решение изготовлено в полном объеме «30» октября 2023 года

Комиссия Межрегионального управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области и Костромской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – и.о. заместителя руководителя Управления Шушкова А.С.,

члены Комиссии – начальник отдела контроля закупок Артамонов А.О., ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы Иванова Е.И.,

рассмотрев дело № 076/05/18-1094/2023, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы по сетям электросвязи с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии:

заявителя <...>,

от ООО «Лидген» - <...> (по доверенности),

### УСТАНОВИЛА:

В Ярославское межрегиональное УФАС России поступило заявление (вх. № 9846-ЭП/23 от 21.07.2023) о распространении 16.07.2023 в 09:37 с номера +89643772095 на номер +89688694796 рекламного звонка с предложением услуг по подбору автомобиля без согласия абонента на его получение.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – ФЗ «О рекламе») рекламой является информация, распространяемая 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.

К рекламной информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке 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.

Таким образом, характер информации и ее отнесение к рекламе, либо не рекламе связан исключительно с ее целевой направленностью на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации. Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю. Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В соответствии с позицией, изложенной в пункте 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара. Кроме того, по своему содержанию информация, доведенная до заявителя посредством электронных писем, 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.

Рассматриваемая информация, которая доводилась до сведения Заявителя посредством телефонного звонка на мобильный телефон 16 июля 2023 года, является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы:

- информация распространена в форме телефонного звонка по сети электросвязи, а именно посредством использования подвижной радиотелефонной связи.

Согласно пункту 35 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее - Закон о связи) под электросвязью понимаются 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;

- объектом рекламирования является товар (продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот), 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 (пункты 2 - 3 ст. 3 ФЗ «О рекламе»).

Объектом рекламирования в рассматриваемом случае выступают услуги по подбору автомобиля.

- информация была адресована неопределенному кругу лиц-пользователей связи и является неперсонифицированной, поскольку невозможно определить заранее, какие конкретно лица будут выступать в качестве получателя данной информации. Не может быть определен и конкретный субъект правоотношений, возникающих по поводу реализации объекта рекламирования. Информация, представленная в телефонном разговоре, не обращена к конкретному потребителю, из текста беседы не следует, что она была адресована каким-либо определенным лицам.

Сведения не носят персонализированного характера, представляют интерес для неопределенного круга лиц.

Таким образом, исходя из содержания рассматриваемой информации, эта информация является рекламной.

В соответствии с частью 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено.

Как указано в обращении, рассматриваемая реклама поступила на телефонный номер заявителя без его согласия, что содержит признаки нарушения требований, установленных частью 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

Согласно частям 6, 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 Закона, несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 7 части 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

ПАО «ВымпелКом» указало, что абонентский номер выделен ООО «Лидген» в соответствии с договором об оказании услуг связи «Билайн» № 737112450 от 10.10.2019.

ООО «Лидген» в пояснениях указало, что абонент с номером +7-968-869-47-96 посетил сайт <https://nissan.piter-novotroi.ru/>, принадлежащий ООО «Лидген», и оставил номер для связи, в результате чего в системе отобразилась автоматическая заявка с сайта от заявителя о потребности в подборе автомобиля для покупки. У ООО «Лидген» отсутствует возможность проверки, была ли заявка оставлена лично заявителем или же третьим лицом без согласия владельца номера.

Сотрудником ООО «Лидген» 16.07.2023 в 09:39 совершен звонок абоненту с целью

подтверждения потребности и определения параметров автомобиля. Абонент сообщил, что в настоящее время вопрос не актуален.

Заявитель на заседании Комиссии пояснил, что заявку на указанном сайте не оставлял.

ООО «Лидген» считает, что определить объект рекламирования невозможно. Кроме того, общество полагает, что звонок является информационным, а не рекламным.

Комиссия считает данный довод общества несостоятельным. Основной целью совершения звонка является стимулирование интереса к услугам по подбору автомобиля, продвижение их на рынке, выделение среди иных организаций.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку.

Комиссия считает, что звонок на номер абонента содержит рекламную информацию и формирует интерес к объекту рекламирования. С учетом изложенного рассматриваемая информация отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы.

На основании изложенного, Комиссия Ярославского межрегионального УФАС России усматривает в действиях ООО «Лидген» нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, поскольку согласие на получение рекламного звонка у Общества отсутствует.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Комиссия Ярославского межрегионального УФАС России отмечает, что доказательства, подтверждающие исключение заявителя из списка рассылок, не приложены.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 (далее - Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Согласно пункту 3 статьи 36 ФЗ «О рекламе» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на

основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

Ответственность за нарушение требований законодательства о рекламе предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 37-43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную 16.07.2023 в 09:37 с номера +89643772095 на номер +89688694796 с предложением услуг по подбору автомобиля без согласия абонента на его получение, поскольку в данном случае нарушены требования части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Лидген» (ИНН 2308257764, ОГРН 1182375058194) предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дел уполномоченному должностному лицу Ярославского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 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

А.С. Шушкова

Члены комиссии:

А.О. Артамонов

Е.И. ИВАНОВА