

ООО «Актион-пресс»

<...>

ПАО «ВымпелКом»

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/18-13391/2023

«06» декабря 2023 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве
по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской
Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия)

в составе:

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 077/05/18-13391/2023 по признакам нарушения

ООО «Актион-пресс» (ОГРН 1027700161554, ИНН 7702272022) части 1, 2 статьи 18
Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон
о рекламе), при распространении на телефонный номер <...> рекламы:

1) посредством телефонного звонка следующего содержания: «Как здорово,
что дозвонилась до вас. Это Нина Любимова из коллегии профбухгалтеров.

Набрала по срочному вопросу. В новом разделе ЕНС, в личных кабинетах, у многих
появились лишние пени, а также непонятно откуда взявшаяся недоимка. Чтобы

2023-60953

2

вам не пришлось оплачивать их, мы сделали инструкцию, с ней легко наводить
порядок на ЕНС. Давайте я вас соединю с куратором, он сверит данные

и направит, это бесплатно...», поступившего 16.08.2023 в 09:50 с телефонного номера +7(967)226-57-44;

2) посредством сообщения в мессенджере WhatsApp следующего содержания:

«Дело в том, что есть сложный момент с налогом с мартовской и июньской зарплаты: его нужно отразить в полугодовой 6-НДФЛ, но не во всех случаях.

С нашей инструкцией легко разберётесь, как правильно. Отправлю ее Вам,

хорошо?», поступившего 17.08.2023 в 12:10 с телефонного номера +7(915)023-99-35,

в присутствии представителя ООО «Аktion-пресс» в лице <...>.

(по доверенности),

в отсутствие ПАО «ВымпелКом»,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-13391/2023 возбуждено в отношении ООО «Аktion-пресс»

на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы:

1) посредством телефонного звонка следующего содержания: «Как здорово, что дозвонилась до вас. Это Нина Любимова из коллегии профбухгалтеров.

Набрала по срочному вопросу. В новом разделе ЕНС, в личных кабинетах, у многих появились лишние пени, а также непонятно откуда взявшаяся недоимка. Чтобы

вам не пришлось оплачивать их, мы сделали инструкцию, с ней легко наводить порядок на ЕНС. Давайте я вас соединю с куратором, он сверит данные

и направит, это бесплатно...», поступившего 16.08.2023 в 09:50 с телефонного номера +7(967)226-57-44;

2) посредством сообщения в мессенджере WhatsApp следующего содержания:

«Дело в том, что есть сложный момент с налогом с мартовской и июньской зарплаты: его нужно отразить в полугодовой 6-НДФЛ, но не во всех случаях. С

нашей инструкцией легко разберётесь, как правильно. Отправлю ее Вам, хорошо?»,

поступившего 17.08.2023 в 12:10 с телефонного номера +7(915)023-99-35,.

Поступление указанной рекламы на телефонный номер <...>

подтверждается аудиозаписью телефонного разговора, содержащего текст

рассматриваемого звонка, скриншотом поступившего сообщения

и детализированной выпиской, представленными заявителем.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства,

применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе,

Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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.

2023-60953

3

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В настоящем случае спорная реклама направлена на привлечение внимания к бухгалтерским услугам.

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 силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

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 информации посредством телефонного звонка, сообщения, содержащих 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 неопределённого круга лиц и являются рекламой.

В распространённой рекламе отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространённая информация. Текст рекламы не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

Резюмируя изложенное, Комиссия установила, что рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В материалы дела не представлено доказательств осуществления рекламного звонка и сообщения исключительно на телефонный номер одного физического лица – заявителя.

Таким образом, на основании вышеизложенного, Комиссия установила, что информация, распространённая посредством осуществления на номер телефона <...> телефонного звонка, сообщения, отвечает всем признакам

рекламы: распространена посредством телефонного звонка и сообщения; адресована

неопределённому кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с частью 1 статьи 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 признаётся распространённой 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.

Необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Однако 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 рекламодателя. 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,

2023-60953

5

а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

Комиссия считает необходимым 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 рекламодатель 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 иницирующего 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 иницируется 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.

2023-60953

6

Более того, распространение рекламной информации посредством сетей электросвязи (телефонного звонка) предполагает со стороны рекламораспространителя определение абонентов, которым должен быть совершен телефонный звонок.

При этом, исходя из части 1 статьи 18 Закона о рекламе согласие на получение рекламы должно быть получено именно от абонента телефонного номера.

Более того, как было указано выше, согласие абонента должно быть выражено в форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Таким образом, не имея данных об абоненте, которому выделен телефонный номер, лицо, осуществляющее распространение рекламы, не имело возможности удостовериться в том, что собеседником в телефонном разговоре является именно владелец телефонного номера, а не какое-либо иное лицо, а равно, что абонент желал поступление такого телефонного звонка.

Доказательств наличия согласия абонента на получение рекламы не представлено, а умолчание абонента (непредставление оператору сведений о согласии на получение рекламы) не может быть расценено как согласие на ее получение.

Доказательств получения согласия адресата на получение рекламы

ООО «Актион-пресс» не представлено.

Относительно поступления на телефонный номер <...> рекламы

с телефонных номеров +7(967)226-57-44, +7(915)023-99-35 ООО «Аktion-пресс»

сообщает, что пользователь с телефонным номером <...> зарегистрирован в системе <https://id2.action-media.ru/>, которая объединяет все продукты, издаваемые Группой Aktion (далее – Группа) и с помощью которой

также возможно использование продуктов Группы, в том числе:

– путём оформления доступов к ним: различным справочным системам,

периодическим изданиям, издаваемым Группой,

– участием в различных лекциях, семинарах, конференциях, и других

мероприятиях, проводимых Группой.

В процессе регистрации в системе <https://id2.action-media.ru/>,

после предоставления пользователем своих данных, в том числе адреса электронной

почты, на странице сайта <https://id2.action-media.ru/Account/Registration> размещён

текст «с предоставлением в тексте словосочетаний «» гиперссылок на тексты:

пользовательского соглашения, размещённого по адресу

<https://id2.action-media.ru/Account/Agreement>.

При регистрации отображается сноска: «Нажимая на кнопку

«Зарегистрироваться», вы принимаете условия пользовательского соглашения и

даёте согласие на обработку персональных данных и согласие на рекламные

рассылки», в соответствии с чем пользователь даёт Владельцу Сайта разрешение на

использование, хранение и обработку персональных данных тем способом и в той

мере, в которых это необходимо для исполнения условий настоящего Соглашения.

Также согласно пользовательскому соглашению, пользователь даёт свое

согласие на передачу, за исключением распространения неограниченному кругу лиц,

третьим лицам по поручению Владельца Сайта персональных и иных данных

2023-60953

7

Пользователя, при условии обеспечения в отношении передаваемых данных режима,

аналогичного режиму, существующему на Сайте, в том числе включая,

но не ограничиваясь передачей персональных и иных данных Пользователя

следующим лицам, в том числе лицам, аффилированным с лицами Группы Актион, в том числе ООО «Актион-пресс». Также, по размещённому адресу указано, что физическое лицо, в результате проставления галочки напротив текста «Я согласен получать новости и рекламные рассылки от Группы Актион» и/или нажатия на кнопку «Зарегистрироваться» и отправки заполненной формы на интернет-сайте <https://id2.actionmedia.ru/>, обязуется принять настоящее Соглашение на получение рекламных рассылок.

Таким образом, ООО «Актион-пресс» считает, что рассматриваемая реклама была направлена с согласия абонента на ее получение.

Комиссия установила, что без принятия условий Соглашения пользователь не сможет зарегистрироваться в системе <https://id2.action-media.ru/>, и воспользоваться продуктами и услугами, издаваемыми Группой Актион.

Между тем положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности распространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы.

По мнению Комиссии Московского УФАС России, включение обязательного условия о даче согласия при заключении договора на оказание каких-либо услуг, в данном случае – регистрация в сервисе «action-media», противоречит принципу добровольности, на котором строятся гражданские правоотношения.

Согласно представленным документам и сведениям, указанная форма регистрации по своей природе является договором присоединения.

В соответствии с пунктом 1 статьи 428 Гражданского кодекса Российской Федерации договором присоединения признается договор, условия которого определены одной из сторон в формулярах или иных стандартных формах и могли быть приняты другой стороной не иначе как путем присоединения к предложенному договору в целом.

Заполнение указанной формы происходит при регистрации на интернет-сайте <https://id2.actionmedia.ru/>. Факт несогласия с положениями вышеуказанной формой

заявления, в том числе на распространение в адрес клиента рекламы, объективно свидетельствует об отсутствии возможности у потребителя пользоваться услугами сервиса в полном объеме.

Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что подобное навязывание клиенту услуг, прямо не связанных с основным предметом договора, не может рассматриваться в качестве надлежащего согласия абонента на получение рекламной информации.

При этом оценивая подобное содержание формы регистрации, Комиссия приходит к выводу, что данный документ сформирован таким образом, что у клиента в момент заключения договора отсутствует возможность не соглашаться с получением рекламы на свой мобильный номер.

В данном случае у лица, которое принимает условия заявления, возникает необходимость совершить ряд дополнительных действий для отказа от получения

2023-60953

8
рекламных сообщений. В то время, когда для их получения достаточно лишь заполнить форму на сайте.

Подобное положение прямо противоречит самой цели правила предварительного получения согласия абонента и нарушает его право на возможность не соглашаться на распространение на его телефон (электронную почту и т. п.) рекламы.

ООО «Аktion-пресс» в настоящем случае не предприняло достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Недопустимость получения безальтернативного согласия на рекламу путем включения такого условия в договор банковских или иных услуг подтверждается также судебной практикой (например, решения Арбитражного суда по делам № А40-37364/20, А40-46103/21, А40-138528/21, Постановления Девятого арбитражного апелляционного суда по делам № А40-187154/20, А40-237631/20,

А40-256820/20, А40-261844/20, Постановления арбитражного суда Московского округа по делам № А40-146238/20, А40-97793/20, А40-146233/20, А40-201406/20, А40-69063/22).

Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламораспространитель не имел предварительного согласия абонента на получение рекламы посредством использования телефонной связи.

В соответствии с частью 2 статьи 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 части 2 статьи 18 Закона о рекламе, попадают 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).

В данном случае, когда абонент отвечал на входящий вызов, ему транслировалась запись голоса, содержащая текст рекламного сообщения.

Из представленной в Московское УФАС России информации следует, что рассматриваемый звонок совершен с помощью автоматического набора номера и дальнейшего озвучивания рекламного сообщения, предварительно записанного либо созданного с помощью компьютерных программ, а равно звонок с сообщением рекламного характера совершен без участия человека.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение на телефонный номер <...> рекламы:

1) посредством телефонного звонка следующего содержания: «Как здорово, что дозвонилась до вас. Это Нина Любимова из коллегии профбухгалтеров.

Набрала по срочному вопросу. В новом разделе ЕНС, в личных кабинетах, у многих появились лишние пени, а также непонятно откуда взявшаяся недоимка. Чтобы

вам не пришлось оплачивать их, мы сделали инструкцию, с ней легко наводить
2023-60953

9

порядок на ЕНС. Давайте я вас соединю с куратором, он сверит данные и направит, это бесплатно...», поступившего 16.08.2023 в 09:50 с телефонного номера +7(967)226-57-44;

2) посредством сообщения в мессенджере WhatsApp следующего содержания:

«Дело в том, что есть сложный момент с налогом с мартовской и июньской зарплаты: его нужно отразить в полугодовой 6-НДФЛ, но не во всех случаях.

С нашей инструкцией легко разберётесь, как правильно. Отправлю ее Вам, хорошо?», поступившего 17.08.2023 в 12:10 с телефонного номера +7(915)023-99-35,

с нарушением части 1, 2 статьи 18 Закона о рекламе, является ненадлежащим.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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

Таким образом, рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

Согласно сведениям реестра российской системы и плана нумерации номер отправителя +7(967)226-57-44 закреплен за ПАО «ВымпелКом».

В ответ на запрос Московского УФАС России ПАО «ВымпелКом» сообщило,

что телефонный номер +7(967)226-57-44 в период с 08.08.2023 по 07.09.2023

был выделен ООО «Аktion-пресс» (ОГРН 1027700161554, ИНН 7702272022;

юридический адрес: 123022, г. Москва, 1-й Земельный пер., д. 1, эт. 10, ком. 1001;

почтовый адрес: 129110, г. Москва, ул. Гиляровского, д. 57, стр. 1, эт. 5, ком. 39;

127015, г. Москва, ул. Новодмитровская, д. 5А, стр. 8; e-mail: rstroy@mcf.ru)

в соответствии Договором №732296148 от 03.09.2019.

Согласно сведениям реестра российской системы и плана нумерации номер отправителя +7(915)023-99-35 закреплен за ПАО «МТС».

В ответ на запрос Московского УФАС России ПАО «МТС» сообщило, что телефонный номер +7(915)023-99-35 также выделен ООО «Аktion-пресс» в соответствии с Договором оказания услуг подвижной связи.

На основании изложенного ООО «Аktion-пресс» является распространителем рассматриваемой рекламы, обратного в материалы дела не представлено, сторонами не оспаривается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Аktion-пресс» установлено нарушение части 1, 2 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы:

1) посредством телефонного звонка следующего содержания: «Как здорово, что дозвонилась до вас. Это Нина Любимова из коллегии профбухгалтеров.

Набрала по срочному вопросу. В новом разделе ЕНС, в личных кабинетах, у многих появились лишние пени, а также непонятно откуда взявшаяся недоимка. Чтобы вам не пришлось оплачивать их, мы сделали инструкцию, с ней легко наводить порядок на ЕНС. Давайте я вас соединю с куратором, он сверит данные и направит, это бесплатно...», поступившего 16.08.2023 в 09:50 с телефонного номера 2023-60953

10

номера +7(967)226-57-44;

2) посредством сообщения в мессенджере WhatsApp следующего содержания:

«Дело в том, что есть сложный момент с налогом с мартовской и июньской зарплаты: его нужно отразить в полугодовой 6-НДФЛ, но не во всех случаях.

С нашей инструкцией легко разберётесь, как правильно. Отправлю ее Вам, хорошо?», поступившего 17.08.2023 в 12:10 с телефонного номера +7(915)023-99-35.

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 рекламы, которая не побуждает к совершению противоправных действий, а также не призывает к совершению насилия и жестокости, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Аktion-пресс» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил, Комиссия Московского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Аktion-пресс» (ОГРН 1027700161554, ИНН 7702272022)

нарушившим часть 1, 2 статьи 18 Закона о рекламе при распространении

посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы:

1) посредством телефонного звонка следующего содержания: «Как здорово,

что дозвонилась до вас. Это Нина Любимова из коллегии профбухгалтеров.

Набрала по срочному вопросу. В новом разделе ЕНС, в личных кабинетах, у многих

появились лишние пени, а также непонятно откуда взявшаяся недоимка. Чтобы

2023-60953

11

вам не пришлось оплачивать их, мы сделали инструкцию, с ней легко наводить

порядок на ЕНС. Давайте я вас соединю с куратором, он сверит данные

и направит, это бесплатно...», поступившего 16.08.2023 в 09:50 с телефонного

номера +7(967)226-57-44;

2) посредством сообщения в мессенджере WhatsApp следующего содержания:

«Дело в том, что есть сложный момент с налогом с мартовской и июньской

зарплаты: его нужно отразить в полугодовой 6-НДФЛ, но не во всех случаях. С

нашей инструкцией легко разберётесь, как правильно. Отправлю ее Вам, хорошо?»,

поступившего 17.08.2023 в 12:10 с телефонного номера +7(915)023-99-35,.

2. Выдать ООО «Аktion-пресс» предписание о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу

Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела

об административном правонарушении, предусмотренном статьей 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: <...>

<...>