

## РЕШЕНИЕ по делу № 076/05/18-253/2024

«01» апреля 2024 года г. Ярославль

Решение изготовлено в полном объеме «15» апреля 2024 года

Комиссия Ярославского межрегионального УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель 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 № 076/05/18-253/2024, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы по сетям электросвязи с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, без участия сторон, лица, в действиях которых усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе, не явились, уведомлены надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

Ярославским межрегиональным УФАС России рассмотрено обращение (вх. № 5490-ЭП/23), поступившее в Управление 21 декабря 2023 года, относительно получения 27.11.2023 в 14:25 звонка с информацией: «Здравствуйтесь, меня зовут Мария, я специалист по контрактному производству бытовой химии и автохимии. У меня для Вас есть уникальное предложение по созданию продукта под Вашим брендом для продажи на маркетплейсах. Если Вам интересно, нажмите любую цифру» на абонентский номер 8-962-361-61-40 с номера 8-921-407-42-88 без согласия владельца данного абонентского номера.

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.

Исходя из содержания рассматриваемой информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к услугам по созданию продукта под собственным брендом, формирование и поддержание интереса к данным объектам рекламирования и продвижения их на рынке, и, следовательно, 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 следует из обращения, данный звонок с рекламой поступил на абонентский номер без согласия заявителя. Следовательно, в данном случае усматриваются признаки нарушения части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

ООО «Смартьюб» представило сведения о том, что номер 8-921-407-42-88, с которого поступил звонок, выделен ООО «Глобальное партнерство».

ООО «Глобальное партнерство» представило пояснения, в которых указано, что письменные доказательства получения согласия абонента отсутствуют. По мнению общества, информация, распространенная посредством звонка на абонентский номер заявителя, не носит рекламный характер.

Антимонопольный орган не соглашается с доводами общества на основании следующего.

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.

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 предлагаемые услуги по созданию бренда.

Рекламораспространитель, прежде чем направить какому-либо лицу рекламу по сетям электросвязи, должен удостовериться, что данное лицо выразило свое согласие на получение рекламы. Законом о рекламе закрепляется презумпция отсутствия указанного согласия абонента или адресата.

Целями Закона о рекламе являются, в том числе реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Абонент согласно пункту 1 статьи 2 Закона о связи - это пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации. Таким образом, абонент выступает «пассивной» стороной отношений по передаче информации, он выступает получателем сообщений.

В соответствии с постановлением Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее - постановление Пленума ВАС РФ) согласие абонента может быть выражено в любой форме, однако такая форма согласия должна быть достаточной для идентификации

такого согласия и подтверждения волеизъявления лица на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

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 рекламодателя.

ООО «Глобальное партнерство» отмечает, что из содержания звонка следует, что абонент прослушивает сообщение и в случае согласия на получение информации нажимает цифру на телефоне.

Антимонопольный орган отклоняет указанный довод общества. Реклама может предоставляться только после получения согласия абонента на ее получение. Из аудиозаписи разговора не следует, что рекламодателем предварительно запрашивается согласие на получение рекламной информации.

ООО «Глобальное партнерство» не представило согласие заявителя на получение рекламных сообщений. На основании изложенного, Комиссия Ярославского межрегионального УФАС России усматривает в действиях ООО «Глобальное партнерство» нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

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 27.11.2023 с номера +79587101134 на абонентский номер 8-962-361-61-40 с номера 8-921-407-42-88 без согласия на ее получение, поскольку в данном случае нарушены требования части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Глобальное партнерство» (ИНН 1657218904, ОГРН 1161690063611) предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела 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