

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О возбуждении дела об административном правонарушении №  
048/04/14.3-775/2020

и проведении административного расследования

«18»

августа

2020

г.

г. Липецк

Я, главный специалист-эксперт отдела защиты конкуренции Липецкого УФАС России <...>, рассмотрев материалы, содержащие достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения в отношении ИП <...> (<...>) (далее – ИП <...>),

### УСТАНОВИЛ:

В Липецкое УФАС России поступило обращение гражданина <...> о том, что 25.06.2020 г. в 16 часов 03 минуты на его абонентский номер <...> поступил телефонный звонок рекламного характера от имени <...> следующего содержания: «Здравствуйтесь» Хотим предложить вам квартиры комфорт-класса в городе Мытищи. Цены начинаются от двух миллионов двухсот тысяч рублей. Развитая инфраструктура, возможность свободной планировки. 10 км от МКАД. Ипотека от 4%. Хотите узнать подробнее? Нажмите 1».

Статья 1 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно п. 1 ст. 3 Закона 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.

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.

п. 3 ст. 3 Закона о рекламе гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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

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.

Между тем, такая персонализация, а равно более широкое толкование понятия рекламы прямо следует в рассматриваемом случае из диспозиции части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

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

Таким образом, информация, поступившая 25.06.2020 г. в 16 часов 03 минуты на абонентский номер <...> посредством телефонного звонка от имени <...> следующего содержания: «Здравствуйтесь» Хотим предложить вам квартиры комфорт-класса в городе Мытищи. Цены начинаются от двух миллионов двухсот тысяч рублей. Развитая инфраструктура, возможность свободной планировки. 10 км от МКАД. Ипотека от 4%. Хотите узнать подробнее? Нажмите 1», направлена на привлечение внимания к получению справок для ипотеки и является рекламой.

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 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.

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.

Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

Согласно обращению физического лица, своего согласия на получение рекламы посредством телефонной связи он не давал.

Законом о рекламе обязанность доказывания наличия согласия абонента на получение рекламы посредством использования телефонной связи возложена на рекламодателя.

Исходя из обращения, заявитель является абонентом ПАО «ВымпелКом».

В свою очередь, ПАО «ВымпелКом» сообщило о том, что номер отправителя <...> предоставлен в пользование ИП <...>

Следовательно, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>

Таким образом, реклама, распространенная 25.06.2020 г. в 16 часов 03 минуты на абонентский номер <...> посредством телефонного звонка от имени <...> следующего содержания: «Здравствуйте» Хотим предложить вам квартиры комфорт-класса в городе Мытищи. Цены начинаются от двух миллионов двухсот тысяч рублей. Развитая инфраструктура, возможность свободной планировки. 10 км от МКАД. Ипотека от 4%. Хотите узнать подробнее? Нажмите 1», нарушает часть 1

статьи 18 Закона о рекламе.

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

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе установлено, что нарушение рекламопроизводителями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса,

- влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно указанному выше, ИП <...> совершил административное правонарушение, наказание за которое предусмотрено ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 28.7 КоАП РФ в случаях, если после выявления административного правонарушения в области законодательства о рекламе осуществляются экспертиза или иные процессуальные действия, требующие значительных временных затрат, а также в случаях совершения административных правонарушений, предусмотренных статьями 6.1.1, 7.27 настоящего Кодекса, проводится административное расследование.

Руководствуясь статьями 28.1, 28.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ОПРЕДЕЛИЛ:**

1. Возбудить в отношении ИП <...> дело № 048/04/14.3-775/2020 об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Провести административное расследование.

3. В соответствии со статьей 26.10 КоАП РФ, ИП <...> надлежит **в трехдневный срок** со дня получения настоящего определения представить в Липецкое УФАС России следующие сведения:

- информацию о лице, являющемся в силу п.5 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем (с указанием полного наименования хозяйствующего субъекта, его должностного лица, юридического и фактического адреса, контактных телефонов) указанной рекламы;

- информацию о лице, являющемся в силу п.6 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламопроизводителем (с указанием полного наименования хозяйствующего субъекта, его должностного лица, юридического и фактического адреса, контактных телефонов) указанной рекламы;

- согласие абонента <...> на получение распространения рекламы посредством телефонного звонка;

- иные документы, по своему усмотрению.

4. ИП <...> надлежит явиться **12 октября 2020 года к 11 часам 00 минутам** по адресу: г. Липецк, пл. Плеханова, д.1, **каб. 512** (телефон 27-83-19), для дачи объяснений по факту нарушения, а также для подписания протокола об административном правонарушении. При себе иметь паспорт.

Неявка в указанный срок будет расценена как отказ от подписания протокола.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.