Управление Федеральной антимонопольной службы

по Республике Коми

РЕШЕНИЕ

18 февраля 2022 года

(изготовление решения в полном объеме)

14 февраля 2022 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/1375

г. Сыктывкар

<…>

(по адресу)

ИП <…>

(по адресу)

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Комиссия, Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<…>;

рассмотрев дело № 011/05/18-806/2021, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <…> (далее – ИП <…>) по факту распространения 15.09.2021 в 16 часов 26 минут посредством звонка на абонентский номер <…> с абонентского номера <…> рекламы карты беспроцентной рассрочки «Халва» Совкомбанка (далее - рассматриваемая реклама), с признаками нарушения требований ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела, направившего ходатайство о рассмотрении дела в своё отсутствие,

- ИП <...>, надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте рассмотрения дела;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление <...> от 15.09.2021 (вх. № 4727э от 16.09.2021) о распространении на его абонентский номер рекламного звонка с нарушением требований рекламного законодательства.

В результате рассмотрения материалов заявления установлено следующее.

Из заявления следует, что на абонентский номер заявителя <...> с абонентского номера <...> 15.09.2021 в 16 часов 26 минут поступил рекламный звонок следующего содержания:

«– Алло.

- … день. Меня зовут <…>, буквально две минуты уделите, пожалуйста.

- Чего? А Вы кто? Алло.

- Дело в том, что у Вас … возможность получить карту беспроцентной рассрочки «Халва», которую Вы можете забрать в отделении Совкомбанка, обслуживание карты будет для Вас бесплатным на протяжении десяти лет. Она позволяет совершать покупки в магазинах-партнёрах в рассрочку до восемнадцати месяцев, причём абсолютно без каких-либо процентов и переплат. Лимит на карте до трёхсот пятидесяти тысяч рублей, также Вы можете снимать наличные. Подскажите, пожалуйста, у Вас есть возможность в течение недели подъехать в отделение банка?

- Нет, возможности нет, и карта, во-первых, мне не нужна, а, во-вторых, я не подписывался на Ваши рекламные рассылки, откуда вообще мой телефон у Вас?

- Телефон… Номер телефона предоставил Ваш коллега, извините за беспокойство, всего доброго, до свидания.

- Какой именно коллега? Фамилию, имя, отчество скажите.

- У меня нет данной информации, так как я являюсь просто оператором колл-центра.

- Ну нет, что значит «коллега предоставил мой номер телефона»? Никто не мог предоставить мой телефон. Даже если он предоставил …» (далее - рассматриваемая реклама).

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством звонка;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: карте беспроцентной рассрочки «Халва» Совкомбанка, формирование или поддержание интереса к ней, и её продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством звонка на абонентский номер <...>, является рекламой.

В силу положений, установленных ч. 1 ст. 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 рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Согласно п. 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. 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 рекламораспространителя.

Заявитель указывает, что своего согласия на получение рассматриваемой рекламы он не давал. Из представленной заявителем аудиозаписи усматривается, что рассматриваемая реклама распространена в отсутствие предварительного согласия абонента на получение указанной рекламы.

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, ответственность несет рекламораспространитель.

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

По результатам рассмотрения указанного обращения принято решение о возбуждении дела № 011/05/18-806/2021 в отношении ИП <...> по признакам нарушения ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/7644 от 15.10.2021.

В письме ФАС России № АК/16266 от 28.04.2011 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» разъяснено, что обязанность по получению согласия и

подтверждению наличия соответствующего согласия лежит на рекламораспространителе. При этом рекламораспространителем выступает лицо, которое совершило определенные действия по доведению рекламы до потребителя. В названном письме также обращено внимание на то, что поставщик услуг связи (телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи), который только обеспечил подключение к сети электросвязи и не осуществляет непосредственно распространение рекламы, рекламораспространителем не является.

В материалах дела отсутствовали доказательства надлежащего извещения ИП <...> о дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела, в связи с чем определением № 03-01/8500 от 15.11.2021 рассмотрение дела № 011/05/18-806/2021 приостановлено в связи с необходимостью установления местонахождения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, - ИП <...>.

Определением № 03-01/9456 от 14.12.2021 производство по делу возобновлено, к участию в деле качестве лиц, располагающих сведениями о рассматриваемых в ходе дела обстоятельствах, привлечены ПАО «Совкомбанк», ПАО «МегаФон».

Согласно письменным пояснениям ПАО «Совкомбанк», представленным в материалы рекламного дела, ИП <...> партнёром или субпартнёром Банка не является. Между Банком и ИП <...> договор возмездного оказания услуг по привлечению клиентов не заключался. ПАО «Совкомбанк» согласие на распространение рассматриваемой рекламы указанному лицу не давал и не подтверждает совершение звонка на номер <...> с номеров Банка и номеров партнёров Банка. Договорные отношения между Банком и <...> отсутствуют.

В материалы настоящего рекламного дела представлены письменные пояснения ИП <...>, согласно которым ИП <...> вменяемый звонок не совершался и цели распространения рекламы на номер телефона заявителя у ИП <...> не было. В связи с указанным, письменное согласие абонента <...> на получение рекламы посредством телефонного звонка, сведения о рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе, копии документов, опосредующих производство и распространение информации, рассматриваемой в качестве рекламы, сведения о лицах, определивших содержание приведённой в стенограмме информации, сведения о периоде её распространения представить в Коми УФАС России не представляется возможным по причине их отсутствия и несовершения ИП <...> указанного звонка. Аудиозапись, представленная заявителем, не является доказательством по делу, так как из её содержания невозможно сделать вывод о достоверности и принадлежности ИП <...> к вменяемым правонарушениям. Никаких звонков в адрес заявителя ИП <...> не совершалось. Происхождение аудиозаписи, имеющейся в материалах дела, неизвестно, также как способ и время её получения. Таким образом, материалы дела не содержат доказательств совершения со стороны ИП <...> противоправных действий. Кроме того, сим-карта с номером <...> была утеряна до 15.09.2021 (то есть до совершения вменяемого звонка), установить, кто ею пользуется, в настоящее время не представляется возможным. ИП <...> предприняты меры по отключению данной сим-карты.

Кроме того, как указала ИП <...>, исходя из представленной Коми УФАС России стенограммы разговора, телефонный звонок не является рекламой, а имеет исключительно информационный характер и направлен на предоставление информации на определённую тематику, содержит в себе предложение приоритетных условий получения карты, направлен на информирование адресата. В

рассматриваемом звонке отсутствует объект рекламирования – полное наименование организации (с указанием реквизитов и адреса организации), рекламирующей свой товар, не указаны объёмы объекта рекламирования, следовательно, звонок носит информационный характер и рекламой не является.

ИП <...> в материалы рекламного дела представлены скриншоты, из которых следует, что <...> направил письмо в адрес <...> (дата данного обращения не указана) с просьбой наложения добровольной блокировки на номер <...>. Из скриншота следует, что менеджер ПАО «МегаФон» сообщил о том, что на номере будет установлена добровольная блокировка с 16.09.2021 (дата сообщения не указана).

ПАО «МегаФон» представлены документы и письменная информация, из которых следует, что абонентский номер <...> был закрыт. Вместе с тем скриншот, представленный ПАО «МегаФон», отличается от соответствующего скриншота, представленного ИП <...>.

Определением № 03-01/270 от 13.01.2022 рассмотрение настоящего рекламного дела было отложено в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств по рассматриваемым обстоятельствам рекламного дела, у ПАО «МегаФон» и ИП <...> были запрошены необходимые копии документов и письменная информация.

Как указывает ИП <...> в письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, <...> направлял обращение в ПАО «МегаФон» по вопросу блокировки номера <...> как представитель ИП <...>. Дату обращения <...> по указанному вопросу и дату ответа ПАО «МегаФон» на указанное обращение в настоящее время предоставить не представляется возможным по причине прекращения отношений с представителем и отсутствия запрашиваемой информации у ИП <...>.

Как пояснило ПАО «МегаФон», 01.10.2021 <...> обращался в адрес оператора с требованием о замене номера <...>. Ранее 01.10.2021 обращений по вопросу закрытия (замены, блокировки) указанного абонентского номера не поступало. Указанный абонентский номер был закрыт 01.10.2021.

Комиссия Коми УФАС России, рассмотрев вышеуказанные доводы ИП <...>, приходит к нижеследующим выводам.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе 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.

Согласно 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.

- распространена посредством звонка;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: карте беспроцентной рассрочки «Халва» Совкомбанка, формирование или поддержание

интереса к ней, и её продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством звонка на абонентский номер <...>, является рекламой.

ИП <...>, ссылаясь на нерекламный характер рассматриваемого звонка, указывает на то, что исходя из представленной Коми УФАС России стенограммы разговора, телефонный звонок не является рекламой, а имеет исключительно информационный характер и направлен на предоставление информации на определённую тематику, содержит в себе предложение приоритетных условий получения карты, направлен на информирование адресата. В рассматриваемом звонке отсутствует объект рекламирования – полное наименование организации (с указанием реквизитов и адреса организации), рекламирующей свой товар, не указаны объёмы объекта рекламирования, следовательно, звонок носит информационный характер и рекламой не является.

Вместе с тем из содержания телефонного разговора усматривается, что звонившим произнесены фразы: «…возможность получить карту беспроцентной рассрочки «Халва», которую Вы можете забрать в отделении Совкомбанка, обслуживание карты будет для Вас бесплатным на протяжении десяти лет. Она позволяет совершать покупки в магазинах-партнёрах в рассрочку до восемнадцати месяцев, причём абсолютно без каких-либо процентов и переплат. Лимит на карте до трёхсот пятидесяти тысяч рублей, также Вы можете снимать наличные. Подскажите, пожалуйста, у Вас есть возможность в течение недели подъехать в отделение банка?», что указывает на привлечение внимания к определённому объекту рекламирования – карте беспроцентной рассрочки «Халва» Совкомбанка.

Заявителем такими фразами как: «Нет, возможности нет, и карта, во-первых, мне не нужна, а, во-вторых, я не подписывался на Ваши рекламные рассылки, откуда вообще мой телефон у Вас?», «Какой именно коллега? Фамилию, имя, отчество скажите», «Ну нет, что значит «коллега предоставил мой номер телефона»? Никто не мог предоставить мой телефон» было выражено его явное нежелание прослушивать информацию о рассматриваемом рекламном предложении.

Закон о рекламе возлагает обязанность доказывания факта наличия согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи на рекламораспространителя.

В силу п. 1 ст. 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.

В соответствии с ч. 1 ст. 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

При этом согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было не только однозначно идентифицировать такого абонента, но и подтвердить волеизъявление данного абонента на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя (пункт 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58).

В пункте 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что, поскольку Законом о рекламе не определен порядок и форма получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи, согласие может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

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 рекламораспространителя.

Между тем согласие абонента на получение рекламы должно четко содержать волеизъявление лица на получение рекламы. В случае отсутствия четкого волеизъявления абонента реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента.

В связи с тем, что заявитель утверждает, что не давал согласия на распространение рассматриваемой рекламы на его абонентский номер, а ИП <...> не доказано обратное, то Комиссия Коми УФАС России приходит к выводу, что распространение указанной рекламы противоречит части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Содержание разговора свидетельствует о том, что заявитель не был предупрежден о цели звонка и в нарушение требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе представитель ИП <...> предварительно не выяснил, согласен ли абонент на получение рекламы.

Кроме того, ИП <...>, обосновывая свои доводы, ссылается на то, что рассматриваемое предложение адресовано конкретному лицу.

Вместе с тем, письмом ФАС России № АК/17836/16 от 22.03.2016 «Об отнесении информации к рекламе» разъяснено, что 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. Распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением информации среди неопределенного круга лиц, в том числе в случаях распространения такой информации в определенной организации, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена. Также информация признаётся распространенной среди неопределенного круга лиц в случае рассылки такой информации по электронной почте или посредством СМС-сообщений, в том числе по определенному адресному списку, если такая информация не содержит какого-либо персонифицированного предложения, предназначенного исключительно для определенного клиента организации. При этом СМС-сообщение, текст которого содержит указание на профиль деятельности организации, оказывающей какие-либо услуги, а также номер

телефона, позволяющий получателю такого СМС-сообщения воспользоваться услугами, оказываемыми конкретной организацией, является рекламой, поскольку указанные сведения индивидуализируют данную организацию.

Рассматриваемый телефонный звонок содержит указание на определённый продукт – карту беспроцентной рассрочки «Халва» Совкомбанка, при этом отсутствие в разговоре ссылки на полное наименование организации (с указанием реквизитов и адреса организации), рекламирующей свой товар, а также на объёмы объекта рекламирования, не свидетельствует о том, что информация, распространённая посредством рассматриваемого звонка, не является рекламой.

Письмом ФАС России № АД/45557/18 от 20.06.2018 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе» разъяснено, что под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку. При этом реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие лица, для которых в первую очередь предназначена такая информация. Однако направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

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.

По мнению специалистов ФАС России, квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации. Таким образом, если информация отвечает признакам рекламы и, имея некую целевую аудиторию (например, клиенты компании, зрители телеканала, прохожие определенной территории), формирует интерес у неопределенного круга лиц, соответственно, выходит за пределы своей целевой аудитории, такая информация является рекламой и подпадает под регулирование Закона о рекламе.

С учетом изложенного, информация, содержащаяся в рассматриваемом звонке, осуществлённом 15.09.2021 в 16 часов 26 минут в адрес заявителя, является рекламой.

ИП <...> заявлен довод о том, что ИП <...> вменяемый звонок не совершался и цели распространения рекламы на номер телефона заявителя у ИП <...> не было. В связи с указанным, письменное согласие абонента <...> на получение рекламы посредством телефонного звонка, сведения о рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе, копии документов, опосредующих производство и распространение информации, рассматриваемой в качестве рекламы, сведения о лицах, определивших содержание приведённой в стенограмме информации, сведения о периоде её распространения представить в Коми УФАС России не представляется возможным по причине их отсутствия и несовершения ИП <...> указанного звонка. Аудиозапись, представленная заявителем, не является доказательством по делу, так как из её содержания невозможно сделать вывод о достоверности и принадлежности

ИП <...> к вменяемым правонарушениям. Никаких звонков в адрес заявителя ИП <...> не совершалось. Происхождение аудиозаписи, имеющейся в материалах дела, неизвестно, также как способ и время её получения. Таким образом, материалы дела не содержат доказательств совершения со стороны ИП <...> противоправных действий. Кроме того, сим-карта с номером <...> была утеряна до 15.09.2021 (то есть до совершения вменяемого звонка), установить, кто ею пользуется, в настоящее время не представляется возможным. ИП <...> предприняты меры по отключению данной сим-карты.

Относительно вышеуказанного довода Комиссией Коми УФАС России установлено следующее.

Приложенная к заявлению <...> аудиозапись рассматриваемого звонка является надлежащим доказательством распространения рассматриваемого звонка, поскольку, помимо аудиозаписи, заявителем приложена детализация предоставленных услуг ООО «Т2 Мобайл», из содержания которой следует, что на абонентский номер заявителя <...> с абонентского номера <...> 15.09.2021 в 16 часов 26 минут поступил входящий звонок длительностью 01 минута 20 секунд. Оснований для сомнений в достоверности представленных заявителем сведений у Комиссии не имеется, ИП <...> обратное в материалы рекламного дела не представлено.

Кроме того, ИП <...> не представлено доказательств, подтверждающих утерю ею сим-карты с номером <...> до 15.09.2021 (то есть до совершения рассматриваемого звонка). Из документов и письменной информации, представленных оператором связи, следует, что представитель ИП <...> обратился в адрес оператора по соответствующему вопросу только 01.10.2021, то есть после совершения рассматриваемого звонка.

Согласно Выписке из ЕГРИП в отношении ИП <...>, размещённой на официальном сайте ФНС России, основным видом деятельности ИП <...> является деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность, одним из дополнительных видов деятельности является деятельность рекламных агентств.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама распространена ИП <...> для получения прибыли при осуществлении вышеуказанного вида деятельности.

На основании имеющихся в рекламном деле материалов Комиссия Коми УФАС России пришла к выводу, что ИП <...> является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Доказательств того, что ИП <...> было получено предварительное согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, в материалы рекламного дела не представлено.

Документов, материалов, указывающих, что ИП <...> приняты все достаточные меры по соблюдению требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе при осуществлении 15.09.2021 в 16 часов 26 минут посредством звонка на абонентский номер <...> с абонентского номера <...> Коми УФАС России при рассмотрении дела не получено, ИП <...> не представлено.

Таким образом, доказательств того, что ИП <...> было получено предварительное согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, материалы рекламного дела не содержат.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламораспространитель - ИП <...>, на которого в силу ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе возложена ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, не предприняла достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути уклонилась от обязанности по контролю за соответствием распространяемой посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде звонка рекламы Закону о рекламе, что является исключительной зоной ответственности рекламораспространителя.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ИП <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ИП <...> должных мер по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Согласно разъяснениям ФАС России по применению ст. 18 Закона о рекламе «распространение» в контексте Закона о рекламе не означает направление электросигнала, транслирующего рекламу, к приемному устройству, а означает момент, когда реклама становится доступной для восприятия потребителя; местом совершения правонарушения будет являться территория субъекта Российской Федерации, на которой была распространена (доведена до потребителя) реклама. При этом определение субъекта Российской Федерации, на территории которого совершено правонарушение, должно осуществляться путем установления принадлежности абонентского номера к диапазону номеров, выделенному оператору сотовой связи на территории конкретного субъекта Российской Федерации.

Согласно данным, размещённым в открытых источниках в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», абонентский номер заявителя <...> входит в диапазон номеров, выделенный оператору сотовой связи на территории Республики Коми.

Заявитель проживает в <…>.

Следовательно, субъектом Российской Федерации, на территории которого была распространена (доведена до потребителя) реклама, является Республика Коми.

Согласно имеющимся в материалах рекламного дела документам, абонентский номер <...> закрыт с 01.10.2021.

В связи с чем, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу карты беспроцентной рассрочки «Халва» Совкомбанка, распространенную 15.09.2021 в 16 часов 26 минут посредством звонка на абонентский номер <...> с абонентского номера <...>, ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ИП <...> не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> (ОГРНИП <…>, ИНН <…>) дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 18 февраля 2022 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии _____ <…>

Члены Комиссии _____ <…>

_____ <…>