

Решение

по делу № 029/05/5-743/2023

Резолютивная часть оглашена «25» октября 2023 года

Решение в полном объеме изготовлено «26» октября 2023 года г. **Архангельск**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области (далее по тексту – Архангельское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии	- < . . . >	заместитель руководителя-начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России;
Члены Комиссии:	- < . . . >	главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России;
	- < . . . >	главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России,

рассмотрев дело № 029/05/5-743/2023, возбужденное 01.08.2023 в отношении ИП Б и общества с ограниченной ответственностью «А» по признакам нарушения требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3, ч. 7, ч. 13, ч. 14 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»),

В отсуствие:

- заявителя — < . . . > ,
- ИП Б.,
- представителя ООО «А».

УСТАНОВИЛА:

08.06.2023 в адрес Архангельского УФАС России поступило заявление гражданина

< . . > (далее — < . . >, Заявитель) о направлении на его абонентский номер < . . > от абонента «А-Н» 01.06.2023 в 11:00 sms-сообщения рекламного характера, согласие на получение которого заявитель не давал.

Заявителем представлен скриншот экрана мобильного устройства со следующим содержанием:

«Платеж от 2700 р/мес. Ипотека от 0,1% на 12 месяцев. Квартиры от 3.1 млн. р. с отделкой White box в июне. Звоните ...».

По мнению Заявителя, указанная информация является рекламой и распространена с нарушением требований 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1, ч. 3, ч. 7 и ч. 14 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

В соответствии с данными, представленными ПАО «М» на запрос Архангельского УФАС России, буквенный идентификатор «А-Н» выделен ООО «С» по договору ...

Как сообщило ООО «С», буквенное наименование «А-Н» передано Заказчиком рассылки ООО «СМ» в рамках договора оказания услуг между ООО «СМ» и ООО «С».

«СМ» представило информацию, что отправителем сообщений на абонентские номера < . . > с номера «А-Н» является ИП Б через клиентский доступ № ..., акцептовав Договор-оферту, размещенную на сайте по адресу

В соответствии с данными <https://zniis.ru> телефонный номер ... выделен оператору АО «Э».

Согласно информации представленной АО «Э» телефонный номер ... выделен оператору ООО «Т».

На запрос Архангельского УФАС России ООО «Т» пояснило, что телефонный номер ... выделен ООО «А» на основании договора на оказание услуг телефонной связи № от

ООО «А» пояснило, что телефонный номер ..., выделен ИП Б ООО «А» никаких sms-сообщений с номера не отправляет не получает. Данный номер используется ИП Б исключительно в его предпринимательской деятельности.

На запрос Управления ИП Б. сообщил, что sms-сообщение на абонентский номер Заявителя оправлена ошибочно. Данный номер исключен из списка предоставления информации посредством sms-сообщений и добавлен в стоп-лист.

01.08.2023 в отношении ИП Б. и ООО «А» возбуждено дело по признакам нарушения требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3, ч. 7, ч. 13, ч. 14 ст. 28 ФЗ «О рекламе»

В письменных пояснениях на определение о возбуждении дела № 029/05/5-743/2023 ООО «А» (далее - ООО «А», Общество) пояснило, что телефонный номер ... в рамках договорных отношений передан и используется представителями ИП Б., исключительно в предпринимательской деятельности. ООО «А» никаких sms-сообщений с номера не отправляет и не получает.

ИП Б. сообщил, что на абонентский номер заявителя sms-сообщение отправлено ошибочно. Абонентский номер заявителя добавлен в стоп-лист. ИП Б. также пояснил, что текст sms-сообщений составляется им самостоятельно и используется для предпринимательской деятельности.

На заседании Комиссии 29.08.2023 принято решение об отложении рассмотрения дела № 029/05/5-743/2023 на 29.09.2023.

В письменных пояснениях на определение об отложении рассмотрения дела № 029/05/5-743/2023 ООО «А» (далее - Общество) пояснило, что не занимается отправкой sms-сообщений и не заказывает такие услуги. Как сообщает Общество ИП Б. занимается не продвижением, а самостоятельным привлечением потенциальных покупателей, тем способом, который он считает нужным, способ он определяет сам, если его действия приведут к заключению договора с участником долевого строительства, он получит вознаграждение.

Также по вопросу представления документов определяющих порядок и условия деятельности Общества, а также иных договоров, в соответствии с п. 1 ст. 34 ФЗ «О рекламе» и указанными выше пояснениями, ООО «А» просит представить мотивированное обоснование необходимости представления документов.

ИП Б. сообщил, что абонентский номер заявителя попал в список рассылки ошибочно. ИП Б. ведется разносторонняя коммерческая деятельность, в том числе занимается не продвижением рекламы, а привлечением покупателей желающих приобрести недвижимость в новостройках. Для данных целей выбран вариант sms-рассылки.

Текст sms-сообщений составляется ИП Б. самостоятельно, он формируется исходя из существующих на рынке предложений застройщиков, а также предложений банков.

Телефонный номер ... используется ИП Б. лично, так и для учета привлеченных клиентов, которые обращаются именно по sms-рассылкам от ИП Б.

Вопросы Архангельского УФАС России, отраженные в определении об отложении рассмотрения дела от 29.08.2023 № 029/05/5-743/2023, сторонами оставлены без ответа, запрошенная информация в адрес Управления не поступила.

Определением об отложении рассмотрения дела от 29.08.2023 № 029/05/5-743/2023 запрошены следующие копии документов и письменная информация:

- документальное подтверждение, кто имеет доступ к абонентскому номеру ...;
- пояснения относительно продвижения ИП Б. рекламы по продаже недвижимости (копию договора, регулирующего данные отношения между ООО «А» и ИП Б);
- копии документов, определяющих порядок и условия деятельности ООО «А»;
- объяснения, пояснения, возражения по вменяемому нарушению по ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3, ч. 7, ч. 13, ч. 14 ст. 28 ФЗ «О рекламе» с приложением необходимых документов и правовым обоснованием своей позиции (в письменной форме).

На заседании Комиссии 29.09.2023 принято решение об отложении рассмотрения дела № 029/05/5-743/2023 на 25.10.2023.

По информации, дополнительно поступившей от оператора связи ООО «Т», абонентский номер ... используется ООО «А». ООО «Т» не обладает информацией о передаче абонентского номера иному лицу, передача номера в рамках договора не предусмотрена. ООО «А» не имеет права передавать в пользование/сдавать в аренду абонентский номер ... иным лицам.

На определение об отложении рассмотрения дела № 029/05/5-743/2023 от 29.09.2023 ООО «А» сообщило, что с вменяемым нарушением не согласны, пояснения были предоставлены ранее.

ИП Б на определение об отложении рассмотрения дела № 029/05/5-743/2023 дополнительных сведений и пояснений не представил.

Запрошенные Архангельским УФАС России в определении об отложении рассмотрения дела от 29.09.2023 № 029/05/5-743/2023 документы и письменная информация по вопросам Управления от сторон вновь не поступили.

Исследовав собранные по настоящему делу документы и материалы в их совокупности, и при этом не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения настоящего дела, Комиссия приходит к следующим выводам.

Согласно п. 1 ст. 3 ФЗ «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.

В соответствии со 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; 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 ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе» и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к ФЗ «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 посредством телефонного звонка информации, содержащей 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 неопределенного круга лиц и являются рекламой.

В распространенной рекламе отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная 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.

Рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – квартирам в ипотеку от 0,1% на 12 месяцев, с отделкой White box в июне, имеет целью формирование и поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, т.е. отвечает законодательному определению рекламы, приведенному в п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

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

Согласно поступившему заявлению < . . >, владельца телефонного номера < . . >, согласие на получение рекламы она не давал, в связи с чем присутствуют

признаки нарушения требований ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе». Доказательства обратного в материалы дела не представлены.

ФЗ «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 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.

Распространенная информация имеет в себе признаки рекламы — имеет объект рекламирования — квартиры в новостройках, ипотека от 0,1 % (финансовая услуга), формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования.

Кроме того, указанная информация распространена по сетям электросвязи (посредством направления sms-сообщения), без получения предварительного согласия абонента.

Таким образом, реклама квартир в ипотеку от 0,1% на 12 месяцев, с отделкой White box в июне направленная в виде sms-сообщения 01.06.2023 в 11:00 на абонентский номер Заявителя от абонента «А-Н» с нарушением ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе», является ненадлежащей.

В силу ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств — п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе») несет ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

Отправителем сообщений на абонентские номера < . . > с номера «А-Н», является ИП Б. через клиентский доступ № ..., акцептовав Договор-оферту, размещенную на сайте по адресу дата. Данный факт ИП Б. не отрицает и не оспаривает.

В ходе рассмотрения дела также ИП Б не представлено согласия абонента владельца телефонного номера < . . > на распространение рекламной информации по сетям электросвязи.

Таким образом, рекламодателем направленного sms-сообщения на абонентский номер < . . > является ИП Б..

В скриншоте экрана мобильного устройства абонентского номера < . . >, содержащего sms-сообщение: «Платеж от 2700 р/мес. Ипотека от 0,1% на 12 месяцев. Квартиры от 3.1 млн р с отделкой White box в июне. Звоните ...», направленного 01.06.2023 в 11:00 привлекается внимание потребителей к квартирам в ипотеку от 0,1% на 12 месяцев, с отделкой White box в июне. Вместе с

тем, информация не содержит существенной информации о том, кем, в отношении каких объектов и на каких условиях предоставляются скидки и ипотека.

Отсутствие в рекламе информации о существенных условиях, при которых возможно приобрести недвижимость в новостройках, искажает смысл рекламы и вводит в заблуждение потребителей, поскольку создает впечатление, что любой потребитель может воспользоваться указанными скидками и оформить ипотечный кредит с процентной ставкой от 0,1%.

Частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вносятся в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, при направлении <...> спорного sms-сообщения усматриваются признаки нарушения ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В силу ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество), наименование юридического лица — название предприятия, организации, учреждения, содержащее указание на организационно-правовую форму и отражающее характер деятельности. Указывается в учредительных документах.

Реализация организацией товаров посредством привлечения кредитных ресурсов банка не исключает соответствующего требования об указании в рекламе наименования или имени лица, оказывающего финансовые услуги. Рекламный текст должен содержать сведения, которые бы позволили потребителю отличить финансовые услуги, оказываемые банком, от продажи организацией (не финансовой организацией) товаров в кредит. Указанная информация является существенной, поскольку ее отсутствие может ввести в заблуждение потребителей относительно содержания кредитных отношений и лиц, предоставляющих кредит. Следовательно, указание правильных реквизитов организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Согласно п. 2 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — ФЗ «О защите конкуренции») под финансовой услугой понимаются банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

В соответствии со статьями 329, 334 Гражданского кодекса Российской Федерации, Федеральным законом от 16.07.1998 № 102-ФЗ «Об ипотеке» ипотека (залог недвижимости) является способом обеспечения исполнения обязательств.

Следовательно, ипотека является финансовой услугой.

В тексте рассматриваемой информации «Ипотека от 0,1%» отсутствие сведений о

юридическом лице, предоставляющем финансовую услугу (ипотеку), является признаком нарушения части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

При этом в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Согласно ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее – ФЗ «О потребительском кредите (займе)»), для заемщика и влияющие на нее.

Текст рассматриваемой спорной информации «...Ипотека от 0,1% на 12 месяцев» содержит условный процент услуги по предоставлению ипотечного займа (от 0,1%), влияющий на его стоимость, однако не содержит всех остальных условий, значительный объем существенной информации (размер первоначального взноса, сумма кредита, дополнительные расходы заемщика – страхование жизни и здоровья заемщика, страхование и оценка объекта недвижимости и т.д.) отсутствует.

Таким образом, условия, определяющие ипотечный кредит со ставкой от 0,1%, в спорной информации отсутствуют, что является признаком нарушения п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе» реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на котором осуществляется размещение проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

Указанная норма ФЗ «О рекламе» требует в обязательном порядке для данного

вида рекламы размещать непосредственно в рекламе следующие сведения: - адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на котором осуществляется размещение проектной декларации, предусмотренной Федеральным законом, - фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение.

Кроме такой обязательной информации Закон дополнительно допускает размещать в такой рекламе наименование объекта строительства - коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства или наименование жилого комплекса, в случае строительства многоквартирных домов, но исключительно в случае если данные сведения внесены в проектную декларацию. В случае отсутствия таких сведений об объекте (группе объектов) капитального строительства в проектной декларации, их размещение в указанной рекламе ст. 28 ФЗ «О рекламе» не предусмотрено.

Кроме того, в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 25.09.2018 № 1133, в качестве адреса сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» установлен адрес сайта <https://наш.дом.рф/>.

Вместе с тем, отсутствие непосредственно в рекламе, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, сведений о месте размещения проектной декларации или представление данных сведений в виде гиперссылки, но без указания, что переход по данной гиперссылке позволяет получить требуемую информацию, может рассматриваться как нарушение части 7 статьи 28 Закона о рекламе.

Таким образом, положения ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе» не обязывают размещать проектную декларацию, предусмотренную Федеральным законом, непосредственно в рекламе, однако указанная реклама должна содержать адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (<https://наш.дом.рф/>), на котором размещены вышеуказанные документы, и указание о том, какую информацию можно получить на данном сайте.

Направленная Заявителю посредством sms-сообщения информация адреса сайта единой информационной системы жилищного строительства в сети «Интернет» (<https://наш.дом.рф/>) не содержит, что свидетельствует о признаках нарушения требований ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 13 ст. 28 ФЗ «О рекламе» реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите (займе)», не допускается.

В ч. 14 ст. 28 ФЗ «О рекламе» установлено, что если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии,

разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается.

Номер телефона ..., содержащийся в тексте спорного sms-сообщения, выделен ООО «А» на основании договора оказания услуг телефонной связи от ... № ..., что дает основания полагать, что по вопросам, возникающим в отношении ипотечного кредитования с процентной ставкой от 0,1% необходимо обращаться в данную организацию.

Кроме того, по информации, поступившей от ООО «Т», абонентский номер ... используется исключительно ООО «А» и не может быть передана иным лицам.

В соответствии с п. 8.5 Условий оказания услуг связи ООО «Т», утвержденных Приказом № ... от ..., абонент обязан предоставлять Оператору либо его Уполномоченному лицу в течение 15 дней со дня заключения договора, а также не реже одного раза в квартал достоверные сведения о лицах (пользователях), использующих оборудование абонента - юридического лица (индивидуального предпринимателя), содержащие фамилии, имена, отчества (при наличии), даты рождения, реквизиты документа, удостоверяющего личность (наименование, серия и номер, дата выдачи, наименование органа, выдавшего документ, или код подразделения), а в случае смены лиц, использующих оборудование юридического лица, - предоставлять соответствующие достоверные сведения о новых пользователях не позднее 15 дней со дня, когда ему стало известно о таком изменении. Сведения, указанные в настоящем пункте, Абонент представляет в виде Реестра, форма которого размещена на Сайте Оператора и на Сайте и/или в информационных системах Уполномоченного лица.

В письменных объяснениях ООО «А» пояснило, что телефонный номер ... выделен ИП Б и данный номер используется ИП Б исключительно в его предпринимательской деятельности. ООО «А» никаких sms-сообщений с номера не отправляет, не получает.

В адрес Архангельского УФАС России ООО «А» не представило пояснений относительно условий продвижения ИП Б рекламы по продаже недвижимости (копию договора, регулирующего данные отношения между ООО «А» и ИП Б), а также не представило документального подтверждения кто имеет доступ к абонентскому номеру

Также, оператор связи ООО «Т» не обладает информацией о передаче абонентского номера иному/иным лицам, передача номера в рамках договора не предусмотрена.

Вместе с тем, как сообщает оператор связи ООО «Т» ООО «А» не имеет права передавать в пользование/сдавать в аренду абонентский номер ... иным лицам.

В ответ на запросы Архангельского УФАС России ООО «А» представило объяснения, в которых отрицает свою причастность к рассматриваемой рекламе. Однако, ни один из запрошенных документов, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, а также с основаниями, регулирующими взаимоотношения, в том числе в вопросах рекламной деятельности между

Обществом и ИП Б ООО «А» не представило.

Кроме того, ИП Б. занимается привлечением покупателей, желающих приобрести недвижимость в новостройках. Для этих целей им выбран вариант sms-рассылки. Текст sms-сообщений составляется им самостоятельно. Телефонный номер ... используется как им лично, так и для учета привлеченных им клиентов, которые обращаются по его sms-рассылкам.

Данные обстоятельства, а также представленные в материалы дела документы, объяснения и пояснения, содержащие сведения о принадлежности абонентского номера ... и невозможности его передачи третьим лицам, подтверждают ведение Обществом хозяйственной деятельности с использованием абонентского номера ..., таким образом информация, представляемая ООО «А» и ИП Б является недостоверной.

В соответствии с выпиской из Единого государственного реестра юридических лиц № ... основным видом деятельности ООО «А» является деятельность в области права. В качестве дополнительных видов деятельности Общества указаны: покупка и продажа собственного недвижимого имущества, аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом, деятельность агентств недвижимости за вознаграждение или на договорной основе, деятельность рекламных агентств.

Таким образом, ООО «А» не является финансовой организацией, наделенной правом осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов, соответствующей лицензией, разрешением, аккредитацией не обладает, в соответствующий реестр не включено, членом соответствующих саморегулируемых организаций не является

Кроме того, ООО «А» также осуществляет деятельность рекламных агентств. Согласно информации в «ОК 029-2014 Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности» (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст) (ред. От 21.08.2023) деятельность рекламных агентств в себя включает следующие группы:

- предоставление всех видов услуг в области рекламы (через заключение субподрядного договора), включая консультирование, творческое обслуживание, изготовление рекламных материалов и закупки;
- подготовку и проведение рекламных кампаний: подготовку и размещение рекламных материалов в газетах, периодических изданиях, на радио, телевидении, в информационно-коммуникационной сети Интернет и прочих средствах массовой информации, подготовку и размещение рекламы, например, на афишных тумбах, рекламных щитах, стендах для афиш и объявлений, в витринах, в демонстрационных залах, размещение рекламы на автомобилях и автобусах и т.п., воздушную рекламу, распространение или доставку рекламных материалов или пробных образцов, подготовку стендов и прочих демонстрационных материалов и сайтов;
- проведение маркетинговых исследований и прочие услуги в сфере рекламы, нацеленные на привлечение и удержание клиентов, промо-акции продукции, маркетинговые исследования пунктов продаж, адресную рассылку рекламных

материалов, консультирование в области маркетинга.

Исходя из анализа материалов дела, Комиссия приходит к выводу, что ИП Б., распространяя рекламу - квартир в новостройках с ипотекой от 0,1 %, действовал в интересах ООО «А», занимающимся продажей/покупкой недвижимости, привлечением покупателей желающих приобрести недвижимость в новостройках.

Вопросы относительно данной рекламы, содержащиеся в определении о возбуждении дела, определении об отложении рассмотрения дела от 29.08.2023, определении об отложении рассмотрения дела от 29.09.2023, ООО «А» (юридическим лицом осуществляющим деятельность рекламных агентств) были проигнорированы, несмотря на надлежащее уведомление, что подтверждается почтовыми идентификаторами ..., ..., ... соответственно.

На основании вышеизложенного, Комиссия считает ООО «А» - рекламодателем указанной рекламы - квартир в новостройках с ипотекой от 0,1 %, распространенной ИП Б (рекламораспространителем) на абонентский номер < . . > путем направления sms-сообщения от абонента «А-Н» 01.06.2023 в 11:00.

Учитывая все вышеизложенное, спорная информация распространена с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 5, ч. 1, ч. 1 ст. 18, п. 2 ч. 2, ч. 3, ч. 7, ч. 13, ч. 14 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 7 ст. 5, ч. 2 ст. 28 несет рекламодатель, за нарушения ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

В силу п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламопроизводитель (лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму – п. 6 ст. 3 ФЗ «О рекламе») в соответствии с ч. 8 ст. 38 ФЗ «О рекламе» о рекламе несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 и 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе», в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

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

Рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо – п. 5 ст. 3 Закона о рекламе) в силу ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» несет ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3, ч. 7, ч. 13, ч. 14 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение ч. 1, ч. 7, ч. 13 ст. 28 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Рассмотрев материалы дела, пояснения ИП Б. и ООО «А» Комиссии Архангельского УФАС России пришла к выводу о нарушении:

1. ООО «А» (рекламодатель) требований ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3, ч. 7, ч. 13, ч. 14 ст. 28 ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы.

2. ИП Б (рекламораспространитель) требований ч. 1, ст. 18, ч. 1, ч. 7, ч. 13 ст. 28 ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила № 1922) 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, в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано ст.ст. 1, 33, 36 ФЗ «О рекламе».

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

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 ФЗ «О рекламе», а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Архангельского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «А» и ИП Б предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 43-49 Правил, Комиссия Архангельского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям ч. 7 ст. 5, ч. 1, ч. 1 ст. 18, п. 2 ч. 2, ч. 3, ч. 7, ч. 13, ч. 14 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

2. Признать ИП Б, рекламораспространителем, нарушившим требования ч. 1, ст. 18, ч. 1, ч. 7, ч. 13 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

3. Выдать ИП Б предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе..

4. Признать ООО «А» рекламодателем, нарушившим требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3, ч. 7, ч. 13, ч. 14 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

5. Выдать ООО «А» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Архангельского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении в отношении лиц, в действиях которых присутствует состав административного правонарушения, предусмотренный ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1, ч. 2 ст. 37 ФЗ «О рекламе» решение, предписание антимонопольного органа может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, предписания, если судом или арбитражным судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения, предписания. Постановление антимонопольного органа о применении мер административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе может быть обжаловано, оспорено в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.