Исх.№ 08-08/16519 от 29.12.2021

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

Председатель Комиссии:	<…> – (должностное лицо)
Члены Комиссии:	<…> – (должностное лицо)
	<…> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/5-1716/2021 по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту распространения информации в сети интернет по интернет адресам priziva.net и prizivanet.ru, что имеет признаки нарушения пункта 1 части 4 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

УСТАНОВИЛА:

В Управление на рассмотрение поступило обращение гражданина <…> (вх. №9371/ж от 12.07.2021) по факту распространения информации в сети интернет по интернет адресам priziva.net и prizivanet.ru.

В связи с чем, Управлением был осуществлен мониторинг сети интернет на предмет наличия/отсутствия информации рекламного характера, относящейся к деятельности указанных сайтов.

При этом, при наборе в строке поиска системы «Яндекс» словосочетания «призыва нет» под строкой поиска отображается объявление с пометкой «реклама» следующего содержания: «<…>».

<…>

Указанное рекламное объявление представляет собой гиперссылку для перехода на сайт юридической компании https://priziva.net/(1).

Администратором доменного имени является – ИП Сухарев Михаил Александрович.

При этом, как следует из фактических обстоятельств, рекламное объявление, размещенное в сети Интернет, представляет собой текстовое сообщение небольшого размера, функцией которого является перевод пользователя на сайт лица, разместившего объявление. Само объявление не может рассматриваться отдельно от сайта, на который он ведет, и не является сам по себе основанием для принятия лицом, его увидевшим, решения воспользоваться услугой либо приобрести товар. Фактически объявление, неразрывно связанное с сайтом, является частью того сайта, который открывается после «клика» на объявление, и не может рассматриваться в отрыве от самого сайта.

В соответствии со статьей 3 Закона 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.

Более того, реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (объекту рекламирования), сформировать положительное представление о нем и необходимое рекламодателю

для продвижения товара позитивное отношение к нему. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В Постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 №4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы «понимается любое лицо, которому адресуется реклама или которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем».

Статьей 3 Закона о рекламе установлено:

1) 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;

2) 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;

3) товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

4) ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

5) рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из содержания оцениваемой рекламы следует, что рекламируемым товаром является оказание юридических услуг призывникам.

Объектом рекламирования является деятельность общества по оказанию юридических услуг призывникам характеризуемая отрицанием призыва.

Статьей 5 Закона о рекламе установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (ч.1).

Реклама не должна, в том числе побуждать к совершению противоправных действий (п.1 ч.4).

Правовое регулирование в области воинской обязанности и военной службы в целях реализации гражданами Российской Федерации конституционного долга и обязанности по защите Отечества, а также правовое регулирование поступления на военную службу и военной службы в Российской Федерации иностранных граждан осуществляется Конституцией Российской Федерации и Федеральным законом от 28.03.1998 №53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе».

Статьей 59 Конституции Российской Федерации установлено, что защита Отечества является долгом и обязанностью гражданина Российской Федерации (ч.1).

Гражданин Российской Федерации несет военную службу в соответствии с федеральным законом (ч.2).

Гражданин Российской Федерации в случае, если его убеждениям или вероисповеданию противоречит несение военной службы, а также в иных установленных федеральным законом случаях имеет право на замену ее альтернативной гражданской службой (ч.3).

Федеральным законом от 28.03.1998 №53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе» установлено в том числе, следующее.

Воинская обязанность граждан Российской Федерации (далее - граждане) предусматривает, в том числе: воинский учет; обязательную подготовку к военной службе; призыв на военную службу; прохождение военной службы по призыву (ст.1).

Граждане освобождаются от исполнения воинской обязанности только по основаниям, предусмотренным настоящим Федеральным законом (ч.3).

Прохождение военной службы осуществляется, в том числе гражданами - по призыву и в добровольном порядке (по контракту) (п.2 ч. 2 ст. 2).

Статьей 23 Закона №53-ФЗ предусмотрены основания освобождения от призыва на воинскую службу, а также субъекты, имеющие право на освобождение от призыва на воинскую службу, статьей 24 Закона установлены основания предоставления отсрочки от призыва.

Из анализа Конституции норм Федерального закона от 28.03.1998 №53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе» следует принцип, что в Российской Федерации действий принцип всеобщей воинской обязанности, не распространяемого на отдельные категории граждан.

При этом, в силу статьи 28 названного Закона на призывную комиссию субъекта Российской Федерации возлагаются обязанности по организации медицинского освидетельствования граждан и принятию в отношении их решений о призыве на военную службу, о предоставлении отсрочки от призыва на военную службу или об освобождении от призыва на военную службу.

Таким образом, решение об освобождении от военной службы принимается исключительно призывными комиссиями субъектов Российской Федерации.

Консультирование по вопросам получения освобождения от службы в армии на законных основаниях законодательно не запрещено.

Вместе с тем из анализа рекламы следует, что общество оказывает юридические услуги, подразумевающие разъяснение норм права и их применение в соответствии с

действующим законодательством, при том, что такие услуги направлены на реализацию принципа отношения к воинской обязанности «ПРИЗЫВАНЕТ».

Так, материалами дела подтверждается, что на спорном сайте также наличествовала следующая информация, например:

1) «Помогли уже 78000+ парней»; «78 000 добавили год к своей молодости»;

<…>

<…>

Вместе с тем, в рамках рассмотрения дела ответчиком не представлены документы, подтверждающие, что более 78 000 человек после обращения в Общество были освобождены от службы в армии («парней ДОБАВИЛИ год к своей молодости»). Количество заключенных договоров не может подтверждать вышеуказанное утверждение.

Кроме того, согласно Указам Президента РФ от 29.03.2021 №186, от 30 сентября 2021 г. № 556 в весенний и осенние призывы 2021 года на военную службу будут призваны 134 650 человек и 127 500 человек, соответственно.

При этом, согласно данным Министерства обороны РФ(2) только у 22% призывников есть противопоказания для службы в армии.

В связи с чем, можно сделать вывод, что 2021 году противопоказания к службе в армии было у 73939,74 человек. При этом, согласно представленной информации ответчика в 2021 году было заключено 22758 договора, и, в случае, если приравнять количество договоров к количеству освобожденных от службы в армии, данный показатель будет составлять 31%, что является весьма сомнительным (учитывая географические границы деятельности ответчика, штатную численность и дистанционный порядок работы с призывниками).

Также необходимо отметить, что Ответчиком была представлена информация о количестве заключенных договоров за период с марта 2010 года по октябрь 2021 года. Вместе с тем, само общество создано в декабре 2010 года.

Согласно пункту 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе, реклама не должна побуждать к совершению противоправных действий.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 7 Закона о рекламе, не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

В нарушение данной правовой нормы в тексте рекламы отсутствует существенная информация о том, каким способом в данном случае оказывается помощь в освобождении от армии, в связи с чем искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Кроме того, рассматриваемая реклама побуждает к совершению противоправных действий, что недопустимо в соответствии с пунктом 1 части 4 статьи 5 Закона о

рекламе.

В контекстной рекламе сообщается: «ПризываНет – Официальный сайт. Консультация юриста 0 р. Prizyva.net.ru. Законная помощь в освобождении от армии. Помогли уже 78000+ парней. Обращайся!...».

Основным видом деятельности ООО «Медицинско-правовая компания» является деятельность в области права, а именно оказание юридических, консультативных и представительских услуг гражданам призывного возраста, имеющих отклонения в состоянии здоровья, ограничивающих их годность к прохождению военной службы, в том числе имеющих болезни, наличие которых дает право в установленном законом порядке освободиться от призыва на военную службу на основании подпункта «а» пункта 1 статьи 23 Федерального закона от 28.03.1998 № 53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе».

Освобождение от призыва на военную службу по указанным в законе основаниям не является уклонением от воинской службы и не нарушает правовых предписаний. Юридическая помощь в законном получении отсрочки или освобождения от призыва не является побуждением к уклонению от прохождения воинской службы, однако в рассматриваемой рекламе не указаны основания освобождения.

Согласно части 1 статьи 23 Федерального закона от 28.03.1998 №53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе» от призыва на военную службу освобождаются граждане:

а) признанные ограниченно годными к военной службе по состоянию здоровья;

б) проходящие или прошедшие военную службу в Российской Федерации;

в) проходящие или прошедшие альтернативную гражданскую службу;

г) прошедшие военную службу в другом государстве в случаях, предусмотренных международными договорами Российской Федерации;

Согласно части 2 статьи 23 Федерального закона от 28.03.1998 №53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе» право на освобождение от призыва на военную службу имеют граждане:

а) имеющие предусмотренную государственной системой научной аттестации ученую степень;

б) являющиеся сыновьями (родными братьями):

- военнослужащих, проходивших военную службу по призыву, погибших (умерших) в связи с исполнением ими обязанностей военной службы, и граждан, проходивших военные сборы, погибших (умерших) в связи с исполнением ими обязанностей военной службы в период прохождения военных сборов;

- граждан, умерших вследствие увечья (ранения, травмы, контузии) либо заболевания, полученных в связи с исполнением ими обязанностей военной службы в период прохождения военной службы по призыву, после увольнения с военной службы либо после отчисления с военных сборов или окончания военных сборов.

Указание в рекламе на освобождение предполагает, что у услуг, оказываемых рекламодателем, есть определенный результат. В контексте рекламы юридической помощи для призывников такой результат заключается в освобождении от

прохождения от военной службы.

Иными словами, указание на освобождение по договору создает у потребителя впечатление того, что рекламодатель может обеспечить ему освобождение от призыва, что противоречит природе юридических услуг, исполнитель которых не может гарантировать желаемый для клиента результат.

Однако, согласно договору о возмездном оказании юридических услуг ООО «МПК» оказывает Заказчику следующие юридические услуги в рамках законодательных актов, регламентирующих мероприятия, связанные с призывом на военную службу:

2.1.1. Правовой анализ ситуации Заказчика;

2.1.2. Анализ юридически значимых документов (повестка, выписка из решения призывной комиссии, иные документы, связанные с призывом);

2.1.3. Консультирование Заказчика по вопросам призыва на военную службу. Информирование Заказчика о правах и обязанностях гражданина, подлежащего призыву на военную службу;

2.1.4. Подготовка правовых документов для Заказчика (жалобы, обращения, исковые заявления, ходатайства и пр.);

2.1.5. При необходимости - представление интересов Заказчика в судебных заседаниях. Отсутствие или наличие такой необходимости определяется Исполнителем.

Таким образом, содержание распространяемой рекламы не соотносится с предметом договора, которым предусмотрены исключительно юридические услуги, и акцентирует внимание исключительно на услуге «освобождение» от армии.

В частности, 22 октября 2021 года Татарстанским УФАС России рассматриваемая реклама была вынесена на экспертный совет. По итогам проведенного экспертного совета, большинство членов экспертного совета пришли к выводу, что из текста рекламы нельзя сделать вывод о том, что освобождение от призыва на военную службу осуществляется путем неправомерных действий, однако рассматриваемая реклама содержит в себе неполную информацию и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

Комиссия также считает необходимым обратить внимание на следующие обстоятельства. В частности, из рекламы следует, что в услугу входит анализ личного дела.

Вместе с тем, согласно Приказу Министра обороны РФ от 02.10.2007 №400 «О мерах по реализации Постановления Правительства Российской Федерации от 11 ноября 2006 г. №663» личные дела размещаются в картотеке и в архиве военного комиссариата. Доступ к личным делам (базе данных) должен быть строго ограничен. Выдача личных дел на руки призывникам или их родственникам, высылка их в лечебные учреждения и в другие организации не допускается. При необходимости и наличии соответствующего запроса в указанные организации могут быть высланы заверенные военным комиссаром дубликаты личных дел или выписки из них. Хранение личных дел вне картотеки или архива не допускается. Для работы в течение рабочего дня личные дела выдаются исполнителям под расписку.

Данные обстоятельства были также подтверждены представителем Ответчика в

рамках рассмотрения дела. Следовательно, информация, изложенная в контекстной рекламе является недостоверной и вводящей в заблуждение потенциальных потребителей, что является нарушением частей 1 и 3 статьи 5 Закона о рекламе.

2) «Сможете ли вы мне помочь, если я здоров? Это вызов! Конечно, чтобы ответить на этот вопрос, нам нужно удостовериться, что вы действительно здоровы: мы будем рады, если это так, и найдем другой способ помочь с призывом. Но практика показывает, что абсолютно здоровых призывников катастрофически мало»;

<…>

3) «Определить план действий, получить направление на независимое обследование для ВЫЯВЛЕНИЯ» непризывных болезней»;

«Мы вместе будем НАРАБАТЫВАТЬ историю болезни …»;

«И в наши планы точно не входит служба в армии»;

«Получите военный билет. И наслаждайтесь насыщенной и свободной жизнью!».

<…>

4) «Наша задача – защитить вас не от армии, а от недобросовестных и равнодушных людей во врачебных и призывных комиссиях»;

<…>

Кроме того, в соответствии с частью 6 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно толковому словарю Ожегова С.И. слово «недобросовестный» означает нечестность и небрежность.

Согласно толковому словарю Ефремовой Т.Ф. «недобросовестный» -нечестный и непорядочный.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 5 Закона недобросовестной признается реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.

В свою очередь, Уголовный кодекс Российской Федерации квалифицирует недобросовестные действия по статье 293 УК РФ.

В частности, согласно части 1 статьи 293 УК РФ халатность, то есть неисполнение или ненадлежащее исполнение должностным лицом своих обязанностей вследствие недобросовестного или небрежного отношения к службе либо обязанностей по должности, если это повлекло причинение крупного ущерба или существенное нарушение прав и законных интересов граждан или организаций либо охраняемых законом интересов общества или государства

По мнению Комиссии Татарстанского УФАС России вышеуказанное высказывание оскорбляет и унижает достоинство медицинских работников, а также членов призывных Комиссий, поскольку можно сделать вывод об отсутствии в России системы медицинского обслуживания населения либо низкой и непрофессиональной системы организации здравоохранения и призывной Комиссии (представителей органов власти, военных).

5) «Представьте ситуацию: вы получили повестку или точно уверены, что в ближайшем будущем вас призовут. Да, армия сейчас не та, что в девяностых. Но пропустить год жизни на самом интересном месте – вам это интересно? Девушка может не дождаться. Можно потерять работу. Заглохнет новый стартап. Потерять лучший год в жизни».

<…>

Необходимо отметить, что в рамках рассмотрения дела ответчик не смог представить документы, подтверждающие, что один год в армии, хуже, чем один год вне армии.

Вместе с тем, по данным Левада-Центра от 2021 года(3) отвечая на вопрос: Как Вы относитесь к службе в армии по призыву? 61% россиян выбирают ответ: «каждый настоящий мужчина должен пройти службу в армии». При этом женщины выбирают его чаще мужчин, а пожилые – вдвое чаще тех, кто в призывном возрасте.

23% считают воинскую службу по призыву долгом перед государством, даже если это не отвечает личным интересам. 12% уверены, что нужно пытаться ее избежать. Изменения по сравнению с 2019 годом в пределах статистической погрешности.

<…>

При этом, согласно данным ФОМа от 2021 года школой жизни службу в армии считают 67%, потерянным временем – 23%(4).

<…>

Мониторинг сети интернет (в части отзывы отслуживших) позволяет выделить и основные плюсы службы в Вооруженных силах Российской Федерации по призыву:

1. Время – у солдата из молодого пополнения появляется время, чтобы определиться, чем же он желает заниматься в жизни. Потерянный год – вещь весьма относительная (обучаясь в ВУЗе одни не теряют ни одного года, а другие – все 5 лет).

2. Опасность – человек, пришедший в армию, учится избегать опасностей или справляться с ними и их последствиями.

3. Самостоятельность – каждый должен уметь жить самостоятельно, принимать решения, отвечать за свои поступки и т.д.

4. Приобретения – за год в армии можно (и, как правило, так и происходит) изучить новую профессию, совершенствовать умения в уже полученной. Узнать много людей, узнать много нового – расширить кругозор, получить новые знания, умения и навыки. Чаще всего из армии приходят более физически подготовленными, чем уходят в нее.

5. Привычки – появятся положительные привычки: застилать постель, убирать вещи, чистить обувь, мыть посуду и т.д.

Таким образом, социологические опросы показывают, что утверждение «Не пропустите

год жизни на самом интересном месте» не соответствует действительности и формирует у аудитории представление о том, что данный год является потерей времени.

При этом, рассматриваемая информация не описывает те минусы с которыми столкнется лицо, не отслужившее в армии (в том числе при устройстве на работу в правоохранительные органы).

Согласно пункту 12 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара.

В связи с чем, Комиссия приходит к выводу, информация, размещенная на сайте, рассматриваемая как неотъемлемая часть рекламы является недостоверной, что в том числе противоречит пункту 12 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Учитывая изложенное, Комиссия Татарстанского УФАС России приходит к выводу, что указанная реклама формирует у аудитории потребителей данной рекламы, исключительно у лиц, подлежащих призыву и их родственников, отрицание к призыву на воинскую службу, создавая недостоверное впечатление, что призыва можно избежать, воспользовавшись услугами Общества. Указанному корреспондирует то обстоятельство, что деятельность общества, оказывающего данные услуги, направлена исключительно на отрицание призыва на воинскую службу, поскольку этимология фразы «ПРИЗЫВАНЕТ» в сочетании с услугой оказываемой обществом, указывает на то, что данная реклама направлена на создание условий, когда призыв не возможен.

При этом Комиссия считает, что данная реклама не адресована лицам которые в силу закона не подлежат призыву или имеют право на отсрочку или альтернативную службу, поскольку сама реклама на это не указывает, при том, что указанные лица обладают названным правом в силу закона, в то время, как реклама обращена именно к лицам, подлежащим призыву, т.е. к лицам, годным к воинской службе и не имеющих оснований для отсрочки или альтернативной службе.

Комиссия считает, что рассматриваемая реклама рекламирует юридические услуги, направленные на содействие лицам подлежащих призыву на воинскую службу в уклонении (избежание) (отрицанием обязательности призыва) от воинского призыва, путем введения их в заблуждение о наличии такой возможности, в отсутствие оснований, установленных ч. 5 ст. 1, ст. 23, 24 Федерального закона от 28.03.1998 №53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе».

Доводы ответчика о том, что «Призыва.Нет» является товарным знаком Комиссия оценивает критически, поскольку данное обстоятельство никаким образом не влияет на рассматриваемые отношения, поскольку в данном случае речь идет о его неправомерном применении в гражданских правоотношениях.

Кроме того, необходимо отметить, что товарный знак, используемый в рекламе как правило должен быть идентичным знаку, отображенному в свидетельстве, чего не установлено.

<…>

Комиссия считает, что «ПРИЗЫВАНЕТ» в спорной рекламе выступает как словесное обозначение, слоган, а не товарный знак.

Таким образом, из содержания распространяемой рекламы может сложиться негативное отношение к службе в армии, а также о возможности платного приобретения военного билета.

Аналогичной позиции придерживается Военный комиссариат Республики Татарстан. Так, согласно поступившему ответу реклама таких организаций вводит в заблуждение граждан о законности получения услуги, так как законно гражданин может получить освобождение или отсрочку от призыва на военную службу только по решению призывной комиссии при наличии оснований, определенных нормами Федерального закона от 28 марта 1998г. № 53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе». Возможность рекламируемого юридическими организациями получения так называемой отсрочки или освобождения на самом деле обуславливается неоднократными обжалованиями вынесенных решений призывных комиссий или подачей административных исковых заявлений в суды различных инстанций и попытками коммерческих организаций, направленными на поиски каких-либо заболеваний у граждан путем многочисленных обследований в медицинских учреждениях за счет клиента, затягиванием прохождения мероприятий, связанных с призывом на военную службу.

По мнению Федерального казенного учреждения «Военный комиссариат Республики Татарстан», указанная информация недопустима, поскольку прямо нарушает требования федерального закона, порочит честь и достоинство учреждения и Министерства обороны Российской Федерации в целом.

С учетом изложенного в контекстной рекламе юридических услуг по оказанию помощи призывникам, размещавшейся в поисковой системе «Яндекс» в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, содержатся нарушения части 1, пункта 2 части 2, пункта 12 части 3, пункта 1 части 4, части 6, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.

Согласно пункту 12 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара.

Согласно пункту 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе реклама не должна побуждать к совершению противоправных действий.

Согласно части 6 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно части 7 статьи 5 Закона о рекламе 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

вводятся в заблуждение потребители рекламы

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушения части 1, пункта 2 части 2, пункта 12 части 3, пункта 1 части 4, части 6, части 7 статьи 5 указанного закона несет рекламодатель.

Таким образом, антимонопольным органом установлено, что рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Медицинско-правовая компания».

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства.

На момент рассмотрения дела доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе в материалах дела отсутствуют.

Таким образом, Комиссия Татарстанского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО «Медицинско-правовая компания».

РЕШИЛА:

Признать рекламу распространенную в сети интернет по адресам priziva.net и prizivanet.ru об оказании услуг по оформлению отсрочки от призыва на военную службу, размещенную на странице с результатами поиска в поисковой системе «Яндекс» (контекстная реклама) в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» следующего содержания: «<…>»ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 1, пункта 2 части 2, пункта 12 части 3, пункта 1 части 4, части 6, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

Выдать ООО «Медицинско-правовая компания» (644024, г. Омск, ул. Щербанёва, 25, офис 204, ИНН 5505209691, ОГРН 1105543037082) обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечение лица к административной ответственности.

Решение изготовлено в полном объеме 23 декабря 2021 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии:	<…> – (должностное лицо)
Члены Комиссии:	<…> – (должностное лицо)
	<…> – (должностное лицо)

(1) https://yandex.ru/search/?text=%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B7%D1%8B%D0%B2%D0%B0%D0%9D%D0%B5%D1%82&lr=43

(2) https://iz.ru/1146603/2021-04-05/ekspert-minoborony-nazval-naibolee-rasprostranennye-protivopokazaniia-dlia-sluzhby

(3) https://www.levada.ru/2021/06/17/o-sluzhbe-v-armii-po-prizyvu/

(4) https://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/14545