

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 055/05/18-519/2024 и назначении дела к рассмотрению

28 мая 2024 года

г. Омск

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> – заместитель руководителя Омского УФАС России, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, далее - ИП <...>) требований пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5, частей 1 и 2 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России обратился гражданин по факту осуществления 08.04.2024 в 13:14 час. на принадлежащий ему абонентский номер <...> звонка рекламного характера с абонентского номера <...>.

В качестве доказательства заявителем приложена аудиозапись телефонного разговора следующего содержания: *«Добрый день. Звонок из сервиса «Госуслуги». Информировем Вас, что с первого марта этого года действует новое положение о кредитах. Теперь сменить ставку или уменьшить ежемесячный платеж стало намного проще. Если у вас есть кредит на сумму 350 тысяч рублей и выше – нажмите «1».*

По определению, данному статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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;

объект рекламирования - это 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;

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

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена по сетям электросвязи, направлена на привлечение внимания к услугам по изменению условий кредитования.

При этом по утверждению заявителя, реклама распространялась без предварительного согласия на ее получение, что является нарушением части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», согласно которой 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 именно на рекламораспространителя возложена обязанность доказать наличие согласия абонента на получение рекламы, и именно он несет ответственность за распространение ненадлежащей рекламы.

Кроме того, в силу части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств

выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

Анализ аудиозаписи телефонного разговора, позволяет сделать вывод о том, что рассматриваемый телефонный звонок был осуществлен с помощью применения средств выбора и набора абонентского номера без участия человека, посредством специального программного обеспечения автоинформатором («голосовым помощником», «голосовым роботом») озвучивался заранее записанный аудиофрагмент, содержащий рекламную информацию.

Более того, использование в тексте рекламы сочетания слов «Звонок из сервиса «Госуслуги» может быть воспринято потребителями как официальное уведомление Федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» («Госуслуги»).

Также стоит отметить, что «ГОСУСЛУГИ» является товарным знаком, зарегистрированным в соответствии с законодательством об интеллектуальной собственности по классу 38 Международной классификации товаров и услуг – «обеспечение доступа к получению государственных и муниципальных услуг в сети «Интернет» (номер государственной регистрации 233, дата вступления в силу решения о признании товарного знака общеизвестным 16.11.2021).

При этом одновременное отсутствие в рекламе информации, указывающей на исполнителя услуг, может ошибочно повлиять на выбор потенциальных потребителей, заинтересовавшихся предлагаемыми услугами.

В пункте 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

На основании части 7 статьи 5 Федерального 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.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **ненадлежащая** реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно сведениям, размещенным на сайте <https://www.niir.ru/>, абонентский номер <...> принадлежит ресурсу нумерации, выделенному оператору связи ПАО «МТС».

На запрос Омского УФАС России ПАО «МТС» представлена информация, согласно которой абонентский номер <...> выделен ИП <...>.

В пункте 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является и рекламодателем, и рекламодателем.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального

закона «О рекламе».

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований частей 1 и 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 2, 13, 24,25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 055/05/18-519/2024 по признакам нарушения требований пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 и частей 1 и 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель – <...>;

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП <...>.

3. Назначить дело № 055/05/18-519/2024 к рассмотрению **на 25 июня 2024 года в 15:00 часов** по адресу: 644010, г. Омск, пр. К. Маркса, д. 12 А, к. 102.

4. ИП <...> в срок **до 21 июня 2024 года** представить в адрес Омского УФАС России письменный отзыв на настоящее определение.

Рассмотрение дела может осуществляться дистанционно.

Ссылки на предоставление возможности участия в рассмотрении дела об административном правонарушении путем видеоконференцсвязи (далее – ВКС): <https://fas3.tconf.rt.ru/c/8702516647>.

С инструкцией для участников ВКС можно ознакомиться по ссылке: https://fas.gov.ru/in_ca.pdf.

Председатель Комиссии <...>