

## Решение

### по делу № 029/05/18-509/2023

Резолютивная часть оглашена «19» июля 2023 года

Решение в полном объеме изготовлено «20» июля 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 - руководитель Архангельского УФАС России;

Члены  
Комиссии: - главный специалист-эксперт отдела  
антимонопольного контроля и рекламы  
Архангельского УФАС России;

- ведущий специалист-эксперт отдела  
антимонопольного контроля и рекламы  
Архангельского УФАС России,

рассмотрев дело 029/05/18-509/2023, возбужденное 02.06.2023 в отношении общества с ограниченной ответственностью «Г» (далее – ООО «Г», Общество) по признакам нарушения требований части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»),

#### **В отсутствие:**

- - - заявителя — <..>,

- 
- 

#### **В присутствии :**

- представителя ООО «Г»

#### **УСТАНОВИЛА:**

28.11.2022 и 12.12.2022 в Архангельское УФАС России поступили заявления <..> (далее – <..>, Заявитель) о нарушении, по мнению Заявителя, требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») при направлении на адрес электронной почты «...rambler.ru» электронных писем

25.11.2022 в 14:29 и 09.12.2022 в 16:29 с информацией о платных зрелищных услугах. Согласие на получение данной информации Заявитель не давал. К заявлению <..> представлены скриншоты спорных электронных писем.

На адрес электронной почты Заявителя «...rambler.ru» с адреса электронной почты «n@.ru» поступили электронные письма 25.11.2022 в 14:29 и 09.12.2022 в 16:29 с информацией о платных зрелищных услугах без согласия Заявителя.

Исходя из содержания заявлений следует, что данные письма отправлены с адреса электронной почты «n@.ru», принадлежащего ООО «Г» .

ООО «Г» на запросы Архангельского УФАС России и входе судебного разбирательства сообщило следующее.

При приобретении электронных билетов на мероприятия на сайте «www.q.ru» (далее – Сайт) в сети Интернет указывался адрес электронной почты «...rambler.ru». Отношения между пользователем Сайта (Клиентом) и ООО «Г» при приобретении электронных билетов регулируются «Пользовательским соглашением» (далее – Соглашение), размещенным на Сайте, а также «Правилами использования электронного билета» для каждого отдельного взятого Учреждения культуры (далее – Правила), являющимися приложением к Соглашению (письмо Общества вх. № ... от ...).

В соответствии с пунктом 2.2. Соглашения, включая все приложения и дополнения к нему, в соответствии со статьей 437 Гражданского кодекса Российской Федерации Соглашение является публичной офертой, адресованной Клиенту Оператором.

Согласно пункта 3.1.1 Соглашения Клиент обязуется внимательно ознакомиться с положениями настоящего Соглашения, включая все приложения и дополнения к нему, а также с другими документами, опубликованными на Сайте Системы.

Кроме того, согласно пункту 3.1.6. и пункту 3.1.9 Соглашения, при осуществлении действий и при прохождении процедуры Регистрации Клиент должен указывать свои подлинные Идентификационные данные. Данное условие также предусмотрено пункта 7.5 Правил, в котором сказано, что Клиент подтверждает, что идентификационные данные, внесенные им при процедуре оформления электронных билетов, являются достоверными и полными.

Покупка электронных билетов 08.10.2022 на мероприятие, проводимое Поморской филармонией 09.10.2022 в 17:00, проведена с указанием адреса электронной почты «...rambler.ru», что подтверждается выдержкой из «истории заказов», а также детализацией операции ПАО «С». При этом пользователем указаны личные данные (фамилия, имя, номер телефона) третьего лица (письмо Общества вх. № ... от ...).

Исходя из пункта 6.1 Соглашения, в случае оформления электронного билета и согласия с Правилами покупки и Пользовательским соглашением в системе происходит Регистрация клиента.

В соответствии с пунктом 6.2. Соглашения в случае прохождения Регистрации до оформления электронного билета, Клиент обязан указать Логин в виде действующего адреса электронной почты и пароль. Если клиент не указал пароль самостоятельно, то он будет сгенерирован системой автоматически после

завершения процедуры регистрации.

После совершения действий в системе, указанных в пунктах 6.1 и 6.2 Соглашения, клиент получает на указанный адрес электронной почты ссылку для завершения Регистрации. Ссылка действует 24 часа. В случае не подтверждения Регистрации в течение указанного срока, данные, введенные Клиентом, удаляются.

Общество сообщает, что непосредственно по факту приобретения билета на указанную в форме Сайта почту направляется письмо со ссылкой на билет и данными активации аккаунта, а также письмо с указанием контактных данных службы заботы. (пункт 8.6 Соглашения).

Оплата билетов на вышеуказанное мероприятие и отсутствие их возврата подтверждает, что покупка билетов с использованием адреса электронной почты «...rambler.ru», оформлена надлежащим образом по воле Заявителя в пользу третьего лица.

Согласно пункта 6.4 Соглашения зарегистрировавшись в Системе, Клиент автоматически соглашается с тем, что ему на электронную почту или на телефон будут приходить оповещения о новостных событиях проекта в виде электронных писем или SMS-сообщений. Клиент имеет право отказаться от оповещений проекта, внося соответствующие изменения в Личном кабинете в разделе «Мои данные». В том числе, в соответствии с пунктом 3.6 Правил, электронный билет считается оформленным с момента формирования Подтверждения, которое направляется Клиенту на указанный им адрес электронной почты.

В соответствии с пунктом 11.1 Соглашение вступает в силу с момента принятия его условий Клиентом (акцепт). Акцепт выражается путем проставления отметки в соответствующем поле во время Регистрации Клиента в Системе, а также путем совершения Клиентом любого из действий по пользованию Сайтом (например, авторизация, загрузка контента, использование Системы и т.п.). В случае несогласия с условиями настоящего Соглашения, Клиент обязан прекратить пользование Сайтом и аннулировать свою Регистрацию в Системе.

Совершая действия по приобретению электронных билетов на Сайте, <...> фактически принято Соглашение и Правила.

В том числе, Общество обращает внимание на то, что Заявитель при оформлении билета имел возможность отказаться от каких-либо действий (рассылки), активировав свой аккаунт и войдя в личный кабинет, либо обратившись в службу заботы, чего Заявителем сделано не было. Данное право Клиента также предусмотрено пунктом 3.2.4 Соглашения – Клиент в любой момент удалить из базы данных Системы свои персональные данные и аннулировать Регистрацию в Системе.

Также ООО «Г» сообщило, что, узнав о несогласии <..> на получение информационной рассылки, исходя из запросов Архангельского УФАС России, действуя добросовестно и в интересах Заявителя, в рамках Соглашения отключило все рассылки системы на электронный адрес «...rambler.ru».

В дополнение Общество сообщило, что заявитель фактически принял условия Соглашения и Правил в полном объеме и безоговорочно, совершая действия по

приобретению электронного билета на Сайте. По факту приобретения билета на указанную пользователем в форме Сайта почту направляется письмо - Подтверждение со ссылкой на билет и данными активации аккаунта, а также письмо с указанием контактных данных службы заботы, ввиду чего Общество ссылается на наличие у заявителя возможности отказаться от рассылок сразу при оформлении билета, активируя свой аккаунт и войдя в личный кабинет.

В обоснование заявленных требований <..> указывает, что 08.10.2022 действительно приобретал электронные билеты на концертное мероприятие Поморской филармонии, проведенное 09.10.2022 с 17:00, однако адрес своей электронной почты указывал исключительно по той причине, что он был запрошен для направления электронного кассового чека, подтверждающих покупку билетов, а также самих электронных билетов. Заявитель полагает, что возможность дальнейшего (последующего) отказа от получения рекламных рассылок не устранила сути и содержания совершенного нарушения. Кроме того, Заявитель делает заключение, что технически был возможен только дальнейший отказ от якобы данного согласия на получение рекламы при условии самостоятельного удаления пользователем своих персональных данных и аннулировании регистрации в системе. <..> отмечает, что не желал аннулировать регистрацию в системе, а возможности самостоятельного отказа от получения рекламы при условии сохранения в системе регистрации и персональных данных, таким образом, вообще не предусмотрено.

Заявитель указывает на нарушение части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

На определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации № 029/05/18-509/2023 <..> в адрес Управления представил дополнительные письменные пояснения.

Заявитель обращает внимание на то, что соглашением предусмотрено оказание двух услуг: оформление электронных билетов и направление информации рекламного характера, причём вторая услуга безальтернативно оказывается наряду с первой автоматически. При этом ограничений прав по распространению рекламы клиентам в отсутствие согласия клиента соглашением не предусмотрено. Иными словами, <..> не согласен получать рекламу, то он лишается правом пользования сайтом для приобретения электронных билетов в режиме онлайн и обязан аннулировать регистрацию в системе. Соглашением не предусмотрено право Заявителя на отказ от направления в его адрес рекламы. Не предусмотрена таким соглашением и обязанность оператора предварительно получить согласие на получение в его адрес рекламы, что является прямым нарушением ФЗ «О рекламе».

По условиям соглашения при регистрации на сайте [www.q.ru](http://www.q.ru) и при приобретении электронных билетов возможность безоговорочно отказаться от получения сообщений рекламного характера Заявителю не предоставлена. При этом односторонний отказ от выполнения какого-либо условия соглашения, в том числе условия о получении информации рекламного характера, влечёт прекращение пользования сайтом и аннулировании регистрации на сайте (пункта 11.1

соглашения).

Предусмотренная статьи 18 ФЗ «О рекламе» обязанность получить предварительное согласие ООО «Г» на направление рекламы на электронный адрес <..> не выполнена. По условиям соглашения Заявитель не мог отказаться от получения рассылки рекламного характера при приобретении билетов, что свидетельствует о нарушении ООО «Г» законодательства о рекламе.

По мнению Заявителя, исходя из пункта 11.1 соглашения, если клиент зарегистрирован в системе, то он вправе не только приобретать электронные билеты через Сайт оператора, но и обязан получать направленную на свой электронный адрес информацию рекламного характера она предусмотрена соглашением. <..> не согласен получать рекламу и соответственно выполнять условия соглашения, то он обязан прекратить пользование системе и аннулировать свою регистрацию в Системе оператора и таким образом автоматически лишиться возможности приобретать электронные билеты.

При таких обстоятельствах, по условиям соглашения отказ от получения одной получение рекламы поставлен в зависимость от возможности получения другой уел; оформления электронных билетов, что свидетельствует о навязывании ООО «Г» услуги по направлению рекламы. Как указано выше, при регистрации на [www.q.ru](http://www.q.ru) и при приобретении электронных билетов возможность безоговорочно отказаться от получения таких сообщений <..> не предоставлена. По условия соглашения <..> не мог отказаться от получения рассылки рекламного и иного и информационного характера, поскольку тут же обязан был прекратить отношения по получению услуг по приобретению билетов в режиме онлайн в Учреждения культуры.

Во исполнение определения о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации № 029/05/18-509/2023 ООО «Г» пояснило следующее.

В опровержение доводов заявителя о том, что отказ от рекламной рассылки приводит к аннуляции регистрации на Сайте, Общество сообщило, что регистрация в системе не тождественна регистрации клиента на Сайте. При внесении своих персональных данных пользователем, такие данные попадают в систему и подлежат обработке в соответствии с требованиями Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 06.02.2023) «О персональных данных» (далее - Закон о персональных данных). Регистрация же на сайте пользователя подразумевает создание личного кабинета. Данные для регистрации на сайте отправляются пользователю в подтверждении о покупке билета в виде ссылки, пройдя по которой пользователь завершает регистрацию на сайте самостоятельно, устанавливает логин и пароль личного кабинета. Данная ссылка действительна 24 часа. Если за указанный срок пользователь не завершил регистрацию на сайте, ссылка становится неактивной, пользователь не создает личного кабинета на Сайте, что не является препятствием для регистрации в системе, представляющей по сути обработку персональных данных.

Отказ от рекламной рассылки в любой из возможных форм не влечет удаление персональных данных из системы. Более того, пользователь не может это сделать самостоятельно. Удаление персональных данных из системы осуществляется

оператором персональных данных по запросу пользователя в порядке и сроки, установленные статьи 14 Закона о персональных данных.

Заявителем не была завершена регистрация на Сайте, однако его персональные данные из системы не удалены до настоящего времени ввиду отсутствия такого запроса пользователя.

Покупка электронных билетов на мероприятие, проводимое Поморской филармонией, проведена с указанием почты Заявителя 08.10.2022 и заявителем не оспаривается. Заявитель сразу при оформлении билета имел возможность отказаться от каких-либо действий (рассылки), активировав свой аккаунт и войдя в личный кабинет, либо обратившись в службу заботы, чего Заявителем сделано не было. Заявитель также мог самостоятельно отписаться от рассылки, т.к. ссылка на отписку имеется в тексте каждого рекламно-информационного письма.

Таким образом, полагаем, что согласие на рекламную рассылку Заявителя было получено в указанном выше порядке, и последний имел ряд возможностей отказаться от такой рассылки.

В заседании 19.07.2023 Комиссии Архангельского УФАС России представитель ООО «Г» не согласился с вынесенным определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и поддержал доводы Общества, представленные ранее в письменных пояснениях.

*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.*

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 3 ФЗ «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.

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

Как указано 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 адресована реклама или которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным

потребителем, торгующим субъектом или пользователем.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Исходя из текстов спорных сообщений, поступивших на адрес электронной почты Заявителя «...rambler.ru» с адреса электронной почты «n@.ru» 25.11.2022 в 14:29 и 09.12.2022 в 16:29 с предложением посетить платные зрелищные услуги, следует, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования — концерты, проходящие в зале Поморской филармонии, предлагаемые ООО «Г».

Согласно части 11 статьи 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 силу требований, установленных части 1 статьи 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 распространённой 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.

Понятие адресата содержится в статье 2 Федерального закона от 17.07.1999 № 176-ФЗ «О почтовой связи», согласно которому адресат - это гражданин или организация, которым адресованы почтовое отправление, почтовый перевод денежных средств, телеграфное или иное сообщение.

Согласно статье 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи», абонент - это пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Таким образом, абонент и адресат выступают «пассивной» стороной отношений по передаче информации, они выступают получателями, но не отправителями сообщений.

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» разъяснено следующее.

Согласно части 1 статьи 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 необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Однако, 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.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

В целях защиты прав и законных интересов абонента, при получении такого согласия абоненту должна быть предоставлена возможность изначально отказаться от получения рекламных рассылок, а сама форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие (абонент прямо выражает согласие на получение рекламы), а не опосредованной и обусловленной ознакомлением с правилами оказания (предоставления) услуг.

Архангельское УФАС России не принимает доводы ООО «Г», что при осуществлении покупки электронных билетов на мероприятие с указанием почты Заявителя 08.10.2022 проводимое Поморской филармонией, Обществом получено согласие на рекламную рассылку от Заявителя.

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца электронной почты «...rambler.ru», согласие на получение рекламы ООО «Г» он не давал.

Общество сообщает, что принятие и согласие с условиями Пользовательского соглашения является необходимым для регистрации на Сайте и возможности дистанционного приобретения электронных билетов. Несмотря на то, что любое лицо имеет возможность оформить покупку билетов в кассе организатора мероприятия, желание воспользоваться дистанционным способом покупки посредством использования услуг, предоставляемых ООО «Г», понуждает потребителя для получения преимущества в виде возможности дистанционного приобретения электронных билетов присоединиться к условиям Пользовательского соглашения, содержащего безальтернативное условие о согласии на получение информационных писем, в том числе, рекламного характера. В связи с чем, факт несогласия с вышеуказанной формой, в том числе на распространение в его адрес названных сообщений, свидетельствует об отсутствии возможности у потребителя воспользоваться услугами ООО «Г» по дистанционному приобретению билетов. У потенциального клиента нет объективной возможности каким-либо образом повлиять на условия Пользовательского соглашения непосредственно при присоединении к нему. Отказ лица от одного из условий такого договора приравнивается к отказу от заключения договора в целом.

При оформлении билета заявитель имел возможность отказаться от рассылок, активировав свой аккаунт и войдя в личный кабинет, либо обратившись в службу заботы. Соответственно, из пояснений ООО «Г» усматривается, что в данном случае у лица, присоединившегося к условиям Пользовательского соглашения, возникает необходимость для отказа от получения рекламных сообщений совершить ряд дополнительных действий, в то время, когда для их получения достаточно лишь акцептовать его (проставлением отметки в чекбоксе о



подтверждении согласия с правилами покупки и пользовательским соглашением).

Кроме того, как указано ранее, форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие (абонент прямо выражает согласие на получение рекламы), а не опосредованной и обусловленной ознакомлением с условиями Пользовательского соглашения.

Вышеуказанное прямо противоречит самой цели установленного частью 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» правила предварительного получения согласия абонента, и нарушает его право на возможность не соглашаться на распространение на его телефон (электронную почту и тому подобное) рекламы.

Сформированные Обществом для примера образцы по заполнению электронных страниц при регистрации на Сайте факт получения согласия непосредственно от <..> на получение рассылок рекламного характера не подтверждают, как не подтверждают и того, что на даты, когда заявитель пользовался услугами Сайта, такое согласие у него запрашивалось.

При этом в представленных в материалы дела пояснениях Общество ссылается на расширение функционала Сайта -добавлен отдельный чекбокс для согласия на получения информационных и рекламных рассылок от сервиса и реализующего билет Учреждения. Однако данные о функционале Сайта на момент обращения к нему <..>, подтверждающие такой функционал доказательства, в том числе порядок получения согласия на получение рекламной рассылки, не представлены.

Применительно к взаимоотношениям непосредственно с <...> ООО «Г» представлены копии электронных билетов, электронные страницы заказов заявителя и электронные страницы с историями заказа билетов, историями действий над билетами, детализация операции ПАО «С», из которых невозможно установить факт совершения определенного действия, свидетельствующего о согласии <..> на получение рекламной продукции.

Архангельское УФАС России отмечает, что направления посредством сообщения на электронный адрес информации, содержащая сведения о товарах, услугах конкретных лиц, 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 в сообщении (упоминание имени и отчества абонента), представляет интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

Таким образом, под рекламой понимается определенная не персонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку или конкретному адресату.

Анализируя представленные электронные сообщения, Комиссия Управления приходит к выводу о том, что содержащаяся в спорных сообщениях информация обезличена: один и тот же текст может предназначаться для направления любому из клиентов Общества. В силу специфики способа распространения рекламы по сетям электросвязи следует исходить из возможности направления однообразных

предложений с несколько отличающимися условиями разным абонентам.

Оценивая текст электронных сообщений, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама не является персональным предложением Заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования

Исходя из изложенного, информация, распространенная посредством отправки на электронный адрес Заявителя, отвечает признакам рекламы: распространена посредством email- сообщения; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Таким образом, ввиду того, что рассматриваемое в рамках настоящего дела спорное сообщение, распространенное Обществом, было направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, в соответствии с ФЗ «О рекламе» оно является ничем иным как рекламой.

Поскольку от рекламораспространителя — ООО «Г» в адрес антимонопольного органа не поступало доказательств получения от <..> согласия на получение рекламных рассылок от Общества, следует признать, что в данном случае согласие Заявителя на получение рекламы отсутствует.

Рекламораспространитель, прежде чем направить какому-либо лицу рекламу по сетям электросвязи, должен удостовериться, что данное лицо выразило свое согласие на получение рекламы.

При этом рекламораспространителем выступает лицо, которое совершило определенные действия по доведению рекламы до потребителя.

Инициатором рекламного сообщения о скидках на товары и услуги магазинов-партнеров ООО «Г», без предварительного согласия адресата является ООО «Г», сообщившего антимонопольному органу, что именно Общество направляло указанное письмо на адрес электронной почты Заявителя. Сведений, опровергающих принадлежность адреса электронной почты «n@.ru» ООО «Г», материалы дела не содержат.

Факт направления 25.11.2022 в 14:29 и 09.12.2022 в 16:29 на адрес электронной почты Заявителя «...rambler.ru» с электронного адреса «n@.ru» писем, содержащих предложения посетить платные зрелищные мероприятия, следует, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования — концерты, проходящие в зале Поморской филармонии, предлагаемые ООО «Г», подтверждается представленными <..> копиями электронных писем.

Согласно пункта 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом реклама концертов, проходящих в зале Поморской филармонии направленная 25.11.2022 в 14:29 и 09.12.2022 в 16:29 в личных сообщениях <..> на

адрес электронной почты «...rambler.ru» с нарушением части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», является ненадлежащей.

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

Адрес электронной почты «n@.ru» принадлежит ООО «Г», таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы, в действиях которого установлено нарушение части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», является ООО «Г».

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) 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 статьями 1, 33, 36 ФЗ «О рекламе».

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 «Г» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 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 части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».
2. Признать ООО «Г» рекламодателем, нарушившим требования части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».
3. Выдать ООО «Г» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

**4.** Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Архангельского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении лица, в действиях которого присутствует состав административного правонарушения, предусмотренный статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частями 1, 2 статьи 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.