



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ

по делу №066/05/18-4115/2022

Резолютивная часть объявлена 07.03.2023

В полном объеме изготовлено 15.03.2023

15.03.2023

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе (Приказ Свердловского УФАС России от 23.08.2017 №283, в ред. Приказа от 24.12.2021 №498):

председатель Комиссии

<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии

<...> – начальник отдела контроля органов власти,

<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти,

при участии:

- заявитель: **физическое лицо**, извещен, участие не обеспечено,

- лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

ООО «МЛЦ» (443030, г. Самара, ул. Базарная, 30, ОГРН: 1086318001110, дата присвоения ОГРН: 28.02.2008, ИНН: 6318169232, КПП: 631101001) - <...> (доверенность от 08.08.2022 б/н),

рассмотрев дело №066/05/18-4115/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения 23.11.2022 рекламы акции «Медицинского лучевого центра» на электронный почтовый ящик <...>@gmail.com с электронного почтового ящика marketing@ml-center.ru без согласия адресата на распространение рекламы с признаками нарушения ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/18-4115/2022 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 16.12.2022 (исх.№ДШ/11433/22 от 19.12.2022) по итогам рассмотрения заявления физического лица (вх.№12730-ИП/22 от 23.11.2022) и назначено к рассмотрению на 13.01.2023. Рассмотрение дела отложено Определением от 13.01.2023 (исх.№ДШ/475/23 от 16.01.2023) на 13.02.2023, Определением от 13.02.2023 на 07.03.2023 в 12-00 путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо было перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/7476014334>

Заявитель указал (вх.№12730-ИП/22 от 23.11.2022) на распространение на его почтовый ящик <...>@gmail.com 23.11.2022 с электронного почтового ящика marketing@ml-center.ru письма с рекламой акции «Медицинского лучевого центра» без согласия адресата на ее получение.

Заявитель отметил, что является клиентом ООО «Медицинский лучевой центр», свой адрес электронной почты <...>@gmail.com предоставлял лишь с целью направления результатов исследования, согласия на распространение рекламы на его почтовый ящик не давал, полагает, что компания самовольно внесла его в свою спам-базу. Подписчиком данной организации никогда не являлся.

Также заявитель сообщил (вх.№12922-ЭП/22 от 28.11.2022), что являлся пациентом «Медицинского лучевого центра», однако, **при подписании договора с ООО «Медицинский лучевой центр» вычеркнул все пункты, которые могли бы предоставлять компании возможность направления рекламы в его адрес.** Какой-либо e-mail в договоре не фигурировал, заявитель записал его на листе бумаги для заметок с целью направления результатов исследования. Таким образом, полагает заявитель, компания самовольно занесла его в свою СПАМ-базу. Бремя доказывания получения предварительного согласия клиента на получение рекламы лежит на рекламодателе.

ООО «МЛЦ» в письменных объяснениях (вх.№308-ЭП/23 от 10.01.2023), а также представитель при рассмотрении дела сообщили следующее.

ООО «МЛЦ» осуществляет медицинскую деятельность в соответствии с действующим законодательством, исходя из необходимости обеспечения гарантированных законодательством РФ прав граждан на медицинскую помощь, в том числе оказываемую в рамках обязательного медицинского страхования, а также путем предоставления платных медицинских услуг.

При оказании платных медицинских услуг ООО «МЛЦ» руководствуется, в частности, Правилами предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 04.10.2012 №1006. Названные Правила предусматривают обязательные условия договора с пациентом.

В ходе оказания медицинских услуг, а также после их оказания ООО «МЛЦ» в соответствии с действующим законодательством осуществляет обработку персональных данных пациента. При этом, согласно п.5 ч.1 ст.6 Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных», обработка персональных данных осуществляется без согласия субъекта персональных данных, если такая обработка необходима для исполнения договора, стороной которого либо выгодоприобретателем по которому является субъект персональных данных.

Однако в соответствии с ч.1 ст.15 указанного закона обработка персональных данных в целях продвижения товаров, работ, услуг на рынке путем осуществления прямых контактов с потенциальным потребителем с помощью средств связи допускается только при условии предварительного согласия субъекта персональных данных.

При этом, по общим правилам, согласие на обработку персональных данных должно быть конкретным, предметным, информированным, сознательным и однозначным. Согласие на обработку персональных данных может быть дано субъектом персональных данных или его представителем в любой позволяющей подтвердить факт его получения форме, если иное не установлено федеральным законом (ч.1 ст.9 ФЗ от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных»).

В полученном Определении проверяющий орган также ссылается на Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе», согласно которому согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя, а также на Определение Верховного Суда РФ от 12.02.2018 N 309-КГ17-22298 по делу №А60-63378/2016, согласно которому согласие абонента на получение рекламы может быть выражено в подписанном договоре.

На основании вышеизложенного, ООО «МЛЦ» при подписании договора на предоставление платных услуг предлагает пациенту подписать согласие на обработку его персональных данных, включающее обработку адреса его электронной почты для целей продвижения услуг.

Аналогичным образом поступает ООО «МЛЦ Екатеринбург» (фактический адрес: 620026. Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Розы Люксембург, д.49), беря согласие на обработку персональных данных не только в отношении себя, но и в отношении ООО «МЛЦ», поскольку рекламная информация отправляется с единого адреса электронной почты marketing@ml-center.ru.

В таком же порядке **было получено согласие пациента на обработку сведений об адресе электронной почты <...>[@gmail.com](mailto:) (копия прилагается).**

Пациенты ООО «МЛЦ» и ООО «МЛЦ Екатеринбург» **при желании** также имеют возможность использовать **личный кабинет** на сайте оператора в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» <https://ml-center.ru/>. **Перед входом в личный кабинет**

пациент путем проставления галочки в специально отведенном поле дает согласие на обработку персональных данных, в том числе адреса электронной почты, для целей получения рекламных материалов и информации о специальных предложениях.

Обращено внимание также на то, то **личный кабинет в отношении рассматриваемого пациента был зарегистрирован, следовательно, соответствующая галочка, подтверждающая согласие на обработку персональных данных, была поставлена.**

Таким образом, отправка информации рекламного характера па электронные адреса пациентов возможна и происходит исключительно после получения их согласия.

В материалы дела представлена копия согласия следующего содержания: <...>

На вопрос Комиссии о несовпадении отчества заявителя по делу «<...>» и пациента, указанного в согласии «<...>», представитель сообщила, что общество при подготовке ответа ориентировалось на адрес электронной почты заявителя, отраженный в Определении Свердловского УФАС России, именно этот адрес и указан в представленном согласии. По поводу того, почему адрес электронной почты впечатан в согласие, а не вписан пациентом от руки, последовал ответ, что так оформляется документация, фамилия, имя и отчество тоже впечатаны. Доказательства наличия у заявителя личного кабинета, а также копию договора на медицинское обслуживание ООО «МЛЦ» готово представить в материалы дела. Представитель указала, что личный кабинет был открыт после оформления договора, а договор заключался одновременно с отбором согласия на обработку персональных данных, срок действия договора - 1 год с возможностью продления. Заявитель в ООО «МЛЦ» с просьбой о прекращении рекламной рассылки на его адрес электронной почты не обращался. Продолжается ли рассылка на электронную почту <...>@gmail.com в настоящее время, представитель ответить затруднилась, указав, что рекламные кампании проходят редко. На вопрос Комиссии о том, каким образом пациент может выразить отказ именно от рекламной рассылки при подписании согласия на обработку персональных данных, отбираемых сразу в нескольких целях, ООО «МЛЦ» указало, что ничто не мешает физическому лицу дописать такой отказ от руки.

ООО «МЛЦ» в дополнительных письменных объяснениях (вх.№2585-ЭП/23 от 08.02.2023), а также представитель при рассмотрении дела сообщили следующее.

1. В материалы дела представлены копии договора на предоставление платных медицинских и дополнительных услуг от 9 февраля 2022 года №100256 и дополнительного соглашения от 9 февраля 2022 года.

2. В отношении личного кабинета предоставлены:

1) реквизиты для доступа в личный кабинет, выданные пациенту на руки при подписании договора предоставления платных медицинских и дополнительных услуг, содержащие логин (адрес его электронной почты) и первоначальный одноразовый пароль;

2. скриншоты карточки регистрации личного кабинета, видимой со стороны исполнителя.

3. В отношении материалов, отражающих порядок регистрации пользователя в личном кабинете, в том числе выражение согласия на рекламную рассылку на конкретный адрес электронной почты, представлены скриншоты страниц входа в личный кабинет (<https://lk.ml-center.ru/login>) и согласия па обработку персональных данных па сайте ООО «МЛЦ» <https://ml-center.ru/>.

Поскольку предоставлением согласия является постановка соответствующего флажка и нажатие «Регистрация» при входе впервые и кнопки «Войти» при каждом последующем входе, использование личного кабинета возможно только при условии согласия на обработку персональных данных пациента, в том числе адреса его электронной почты, являющегося одновременно логином для входа в личный кабинет. В свою очередь, обработка персональных данных включает отправку субъекту рекламных материалов и информации о специальных приложениях.

Также повторно обращено внимание на то, что ООО «МЛЦ» осуществляет медицинскую деятельность в соответствии с действующим законодательством, исходя из необходимости обеспечения гарантированных законодательством РФ прав граждан па медицинскую помощь, в том

числе оказываемую в рамках обязательного медицинского страхования, а также путем предоставления платных медицинских услуг.

Как медицинская организация ООО «МЛЦ» руководствуется Федеральным законом от 21.11.2011 №323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» и одновременно как оператор обработки персональных данных Федеральным законом от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных».

При подписании договора на предоставление платных услуг ООО «МЛЦ» предлагает пациенту подписать согласие на обработку его персональных данных, включающее обработку адреса его электронной почты для целей продвижения услуг.

Аналогичным образом поступает ООО «МЛЦ Екатеринбург» (фактический адрес: 620026, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Розы Люксембург, д.49), беря согласие на обработку персональных данных не только в отношении себя, но и в отношении ООО «МЛЦ», поскольку рекламная информация отправляется с единого адреса электронной почты marketing@ml-center.ru.

В таком же порядке **было получено согласие пациента** на обработку сведений об адресе электронной почты <...>[@grnail.com](mailto:grnail.com) (копия имеется в материалах дела).

На основании вышеизложенного, учитывая, что отправка информации рекламного характера на электронные адреса пациентов возможна и происходит исключительно после получения их согласия, ООО «МЛЦ» просит прекратить производство по делу ввиду отсутствия события правонарушения.

Заявитель в дополнительных письменных пояснениях (вх.№940-ЭП/23 от 19.01.2023) сообщил следующее: *«Копия предоставленного согласия не может иметь к рассматриваемому делу никакого отношения, поскольку:*

- *я посещал учреждение только лишь 10 августа 2022 г., таким образом, 9 февраля 2022 я никак не мог подписать документ;*
- *моё отчество в документе указано неверно;*
- *подпись мне не принадлежит/подделана (УФАС может сравнить её с подписью на моём общении в УФАС СО).*

В личном кабинете данной организации я никогда не регистрировался.

Отмечу, что при регистрации в любом сервисе обычно осуществляется проверка указанного пользователем e-mail путём направления на него одноразового кода или ссылки для подтверждения волеизъявления реального владельца адреса электронной почты.

*В качестве довода в подтверждение того, что мои ФИО в базу данных медицинской организации занесены корректно направляю в адрес УФАС копию **медицинского заключения** (протокол и диагноз вырезаны) и прошу приобщить к материалам дела. Данное обстоятельство является аргументом в пользу поддельности предоставленного ООО «МЛЦ» согласия на рекламную рассылку с указанием **неправильного отчества**».*

При этом, карточка регистрации, представленная ООО «МЛЦ», содержит следующие данные о пациенте: <...>

В документе, представленном заявителем, содержится следующая информация (отчество, дата рождения, возраст): <...>

В дополнительных письменных объяснениях (вх.№4749-ЭП/23 от 06.03.2023) ООО «МЛЦ» сообщило, что осуществляет медицинскую деятельность в соответствии с действующим законодательством, исходя из необходимости обеспечения гарантированных законодательством РФ прав граждан на медицинскую помощь, в том числе оказываемую в рамках обязательного медицинского страхования, а также путем предоставления платных медицинских услуг.

Как медицинская организация ООО «МЛЦ» руководствуется Федеральным законом от 21.11.2011 №323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» и Правилами

предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг, утвержденными постановлением Правительства РФ от 04.10.2012 №1006, и одновременно как оператор обработки персональных данных - Федеральным законом от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных».

Названные Правила не требуют внесения паспортных данных пациента в договор на предоставление платных медицинских услуг. Одновременно п.4 ст.16 Закона РФ от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей» запрещает отказывать потребителю в заключении договора в связи с отказом потребителя предоставить персональные данные. Поэтому договоры с пациентами действительно могут не содержать их паспортные данные, что и имеет место в отношении **двух пациентов** - <...> и <...> (копия договора с последним прилагается).

При подписании договора на предоставление платных услуг ООО «МЛЦ» предлагает пациенту подписать согласие на обработку его персональных данных, включающее обработку адреса его электронной почты для целей продвижения услуг.

Аналогичным образом поступает ООО «МЛЦ Екатеринбург» (фактический адрес: 620026. Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Розы Люксембург, д.49), беря согласие на обработку персональных данных не только в отношении себя, но и в отношении ООО «МЛЦ», поскольку рекламная информация отправляется с единого адреса электронной почты marketing@ml-center.ru.

В таком же порядке **было получено согласие пациента** <...> на обработку сведений об адресе электронной почты <...>[@gmail.com](mailto:) (копия имеется в материалах дела). При этом действующее законодательство предусматривает обязательные требования к содержанию согласия - письменная форма, номер основного документа, удостоверяющего личность субъекта, сведения о дате выдачи указанного документа и выдавшем его органе - исключительно при обработке специальных категорий персональных данных (ст.9, 10 ФЗ от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных»). Адрес электронной почты к таким категориям не относится, согласие на получение рекламной информации может быть получено в любой форме и без указания паспортных данных. Одновременно у ООО «МЛЦ» **нет обязанностей и полномочий по проверке принадлежности пациенту того или иного адреса электронной почты.** В силу действующего гражданского законодательства и законодательства о персональных данных граждане приобретают права и обязанности под своим именем и распоряжаться персональными данными, им не принадлежащими, права не имеют. Оснований сомневаться в достоверности адреса электронной почты, сообщенного пациентом <...>, у ООО «МЛЦ» не было, равно как они отсутствуют и при рассмотрении настоящего дела. Документы при оказании медицинских услуг были оформлены в соответствии с требованиями действующего законодательства и содержат все необходимые реквизиты и условия. **Заявитель, в свою очередь, как следует из материалов дела, также документально не подтверждает принадлежность адреса электронной почты исключительно ему одному. Одновременно у общества нет никакой информации о том, чей это был адрес электронной почты на момент обращения к обществу первого пациента.** Данной информацией может обладать только сервис gmail.com, однако какая-либо информация о раскрытии сведений данным сервисом в материалах дела отсутствует.

Одновременно представлены в материалы дела **скрин-шоты карточки регистрации личного кабинета заявителя**, видимой со стороны исполнителя.

В отношении материалов, отражающих порядок регистрации пользователя в личном кабинете, в том числе выражение согласия на рекламную рассылку на конкретный адрес электронной почты, ранее были представлены скрин-шоты страниц входа в личный кабинет (<https://lk.ml-center.ru/login>) и согласия на обработку персональных данных на сайте ООО «МЛЦ» <https://ml-center.ru/>.

Поскольку предоставлением согласия является постановка соответствующего флажка и нажатие «Регистрация» при входе впервые и кнопки «Войти» при каждом последующем входе, использование личного кабинета возможно только при условии согласия на обработку персональных данных пациента, в том числе адреса его электронной почты, являющегося одновременно логином для входа в личный кабинет. В свою очередь, обработка персональных данных включает отправку субъекту рекламных материалов и информации о специальных приложениях.

Несмотря на то, что заявитель <...> при заключении договора платных медицинских услуг не вписал адрес электронной почты, данный адрес был указан при регистрации на его имя личного кабинета. Таким образом, все заявленные им доводы неправомерны, поскольку, во-первых, он действительно обращался за медицинской помощью, самостоятельно предоставил адрес электронной почты, и данный адрес электронной почты был использован при регистрации личного кабинета заявителя.

Во-вторых, на распространение рекламной информации на данный адрес было получено конкретное, предметное, информированное, сознательное и однозначное согласие пациента <...>.

Таким образом, отправка информации рекламного характера на электронные адреса пациентов возможна и происходит исключительно после получения их согласия.

Кроме того, ООО «МЛЦ» просит применить Постановление Правительства РФ от 10.03.2022 №336 «Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля», согласно которому внеплановые контрольные (надзорные) мероприятия и внеплановые проверки проводятся в ограниченном количестве случаев и по ограниченному количеству оснований, **которые в рассматриваемом деле отсутствуют.**

Рассмотрев представленные материалы, заслушав доводы и возражения сторон, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам.

Материалами дела установлено, что 23.11.2022 на электронный почтовый ящик <...>@gmail.com с электронного почтового ящика marketing@ml-center.ru поступило письмо с рекламой акции «Медицинского лучевого центра» без согласия адресата на ее получение следующего содержания: «Медицинский лучевой центр. До 1 декабря дарим скидку на 10% на проведение КТ легких или рентгенографии органов грудной клетки...»

- 10% на диагностику легких

1 письмо

marketing@ml-center.ru <marketing@ml-center.ru>

23 ноября 2022 г., 12:58



**МЕДИЦИНСКИЙ
ЛУЧЕВОЙ ЦЕНТР**



**До 1 декабря дарим скидку 10% на проведение КТ легких или
рентгенографии органов грудной клетки**

Пневмония – это острое инфекционное заболевание преимущественно бактериального происхождения, которое характеризуется поражением легочной ткани и приводит к нарушению функции дыхания.

"Золотым" стандартом диагностики пневмонии является КТ легких. Также для диагностики заболевания проводят рентгенографию органов грудной клетки в двух проекциях.

[Забрать скидку](#)

[Смотреть видео о диагностике КТ](#)



[Записаться в МЛЦ](#)



ул. Розы Люксембург, 49

☎(343)311-33-00



Авторское право © * | 2022 | ** | ООО "Медицинский лучевой центр" | * Все права защищены.

Телефон: +7 (343) 311-33-00 (многоканальный)

Юридический адрес: 443099 Самарская область, г. Самара, ул. Алексея Толстого, дом 99, 1 этаж, ком. 59/1V

Лицензия ЛО-66-01-006855 от 07.10.2021

Вы получили это письмо, так как являетесь клиентом "МЛЦ" или подписались на раздел акции. ✓

[Чтобы отписаться от этой рассылки, перейдите по ссылке](#)

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) понимается 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 (п. 1); под **объектом 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 (п.2); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке.

По мнению ФАС России к рекламной информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,

- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),

- характеристика, описание лица, его деятельности,

- информация о производимых или реализуемых товарах.

Таким образом, характер информации и ее отнесение к рекламе либо не рекламе связан исключительно с ее **целевой направленностью** на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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.

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

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В соответствии с позицией, изложенной в пункте 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 №37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В спорном письме, поступившем на электронный почтовый ящик заявителя, **указано наименование конкретного хозяйствующего субъекта - Медицинский лучевой центр**, приведена контактная информация (ул. Розы Люксембург, 49, (343) 311-33-00), а также **описано существо проводимой акции** («До 1 декабря дарим скидку 10% на проведение КТ легких или рентгенографии органов грудной клетки»), что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект и его услугу, сформировать к нему интерес с целью его продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя, следовательно, является рекламой.

Данное обстоятельство ООО «МЛЦ» не оспаривается.

В соответствии с **ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе** распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если **рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено**. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

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.

При этом, согласно позиции, изложенной в Постановлении Арбитражного суда Московского округа от 01.02.2018 №Ф05-21313/2017 по делу №А40-64096/17, в целях соблюдения баланса частных и публичных интересов (постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 29.03.2011 №2-П), стабильности публичных правоотношений, а также в целях защиты прав и законных **интересов абонента как более слабой стороны** в рассматриваемых правоотношениях, 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.

Предоставленное распространителю рекламы право на получение согласия абонента в любой форме не свидетельствует о его безграничном усмотрении в разрешении этого вопроса и оканчивается там, где начинаются права абонентов на выражение своего непосредственного согласия на получение рекламы. Обратное же приведет к злоупотреблениям со стороны распространителей рекламы, стремящихся любым способом навязать абоненту возможность распространения со своей стороны рекламы с приданием своим действиям **видимости законности**, что недопустимо в контексте п. 2 ст. 10 Гражданского кодекса Российской Федерации.

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.

Согласно ч.1 ст.23 Конституции РФ каждый имеет право на неприкосновенность частной жизни.

Персональные данные - это любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных) ([п. 1 ст. 3](#) Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных» (далее - Закон №152-ФЗ)).

Как следует из положений [ст.8](#) Закона №152-ФЗ, к персональным данным можно отнести фамилию, имя, отчество, год и место рождения, адрес, абонентский номер, сведения о профессии и иные персональные данные, то есть ту информацию, которая позволяет идентифицировать конкретного человека. При этом приведенный перечень является открытым.

Принцип идентификации физического лица по фамилии, имени, отчеству из всего массива информации не является единственно возможным критерием отнесения обработанных сведений к персональным данным ([Письмо](#) Роскомнадзора от 20.01.2017 №08АП-6054).

Абонентский номер и адрес электронной почты могут быть признаны персональными данными в том случае, когда такая информация относится к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу. Например, абонентский номер, принадлежащий юридическому лицу, не может рассматриваться в качестве персональных данных ([Письмо](#) Минкомсвязи России от 07.07.2017 №П11-15054-ОГ).

Таким образом, номер телефона и адрес электронной почты будут являться персональными данными, если они зарегистрированы на определенное физическое лицо, что позволит идентифицировать конкретного человека.

Адрес электронной почты принадлежит конкретному физическому лицу - заявителю, один и тот же адрес электронной почты не может принадлежать одновременно нескольким лицам.

Согласие абонента может быть выражено **в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы** от конкретного рекламодателя ([абз. 4 п. 15](#) постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда

Российской Федерации от 08.10.2012 №58); для признания надлежащим факта получения рекламодателем согласия абонента либо адресата на получение им рекламной информации изначально должно быть **явно выраженное согласие** абонента либо адресата на ее получение, в том числе, посредством отметки соответствующего надлежащим образом оформленного пункта (Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 12.10.2017 №Ф09-6366/17 по делу №А60-63378/2016).

В Определении Верховного Суда Российской Федерации от 12.02.2018 № 309-КГ17-22298 по делу № А60-63378/2016, указано, что **согласие абонента на получение рекламы, содержащееся в договоре, заключенном в письменной форме, подписанном абонентом**, в том числе в договоре на оказание услуг связи, позволяет однозначно идентифицировать абонента и может рассматриваться как надлежащее.

Согласно ст. 2 Закона о персональных данных его целью является обеспечение защиты прав и свобод человека и гражданина при обработке его персональных данных, в том числе защиты прав на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну. Неприкосновенность частной жизни в силу **п. 1 ст. 150 ГК РФ** является **нематериальным благом**, принадлежащим гражданину от рождения или в силу закона, **неотчуждаемым и непередаваемым** иным способом. При этом положения Закона о связи и Закона о рекламе о необходимости получения предварительного согласия субъекта персональных данных (абонента) также направлены на обеспечение и защиту прав субъектов персональных данных (Определение Конституционного Суда РФ от 23.06.2015 N 1537-О).

Так, в Постановлении Девятого арбитражного апелляционного суда от 01.12.2020 по делу **№А40-70758/2020**, а также в Решении Арбитражного суда Свердловской области по делу №А60-64190/2021 указано, что распространение рекламы **против воли** абонента является **формой его информационного насилия**.

В свою очередь, в ч.1 ст.18 Закона о рекламе презюмируется отсутствие согласия, а не наоборот.

Заявитель - <...> - указал, что согласия на распространение рекламы на принадлежащий ему электронный почтовый ящик <...>[@gmail.com](mailto:marketing@ml-center.ru) с электронного почтового ящика marketing@ml-center.ru не давал, что подтверждается **п.7.1 Договора предоставления платных медицинских и дополнительных услуг от 10.08.2022, заключенным между ООО «МЛЦ» (Исполнитель) и <...> (Пациент), Согласием на обработку персональных данных от 10.08.2022**, согласно которым пациент не только не предоставил согласие на обработку таких персональных данных как адрес электронной почты (не указан в перечне сведений о персональных данных вообще, что подтверждается ООО «МЛЦ» в ответе (вх.№4749-ЭП/23 от 06.03.2023)), но и **вычеркнул из целей предоставления согласия на обработку иных персональных данных цель их использования** «в маркетинговых, статистических целях, **в целях продвижения товаров, работ, услуг**», «информирования и контроля качества, **на рассылку** и получение уведомлений **о новых акциях и предложениях ООО «Медицинский лучевой центр Екатеринбург»** по разным каналам связи, в том числе, абонентский номер, **e-mail**, мессенджеры (Viber, WhatsApp и др.): <...>

Как установлено материалами дела в ООО «МЛЦ» за оказанием медицинских услуг обращались два разных физических лица с совпадающими фамилией и именем, но разными отчествами и датами рождения, оба из которых при обращении указали один и тот же адрес электронной почты - <...>[@gmail.com](mailto:marketing@ml-center.ru).

Согласно п.п. 1 и 2 ст. 1, п.п. 1 и 4 ст. 19, п.п. 1 и 4 ст. 23 ГК РФ участниками регулируемых гражданским законодательством отношений являются граждане и юридические лица. **Гражданин** приобретает и осуществляет права и обязанности **под своим именем**, включающим фамилию и собственно имя, а также отчество, если иное не вытекает из закона или национального обычая. **Граждане (физические лица)** приобретают и осуществляют свои гражданские права своей волей и в своем интересе. Они свободны в установлении своих прав и обязанностей на основе договора и в определении любых не противоречащих законодательству условий договора. **Не допускается приобретение прав и обязанностей под именем другого лица.**

Комиссия отмечает, что ООО «МЛЦ» при заключении представленных в материалы дела договоров с <...> и <...> нарушены требования пп.б п.17 Правил предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг, утв. Постановлением Правительства РФ от 04.10.2012 №1006, согласно которому договор должен содержать фамилию, имя и отчество (если имеется), адрес места жительства и телефон потребителя (**законного представителя** потребителя); фамилию, имя и отчество (если имеется), **адрес места жительства и телефон заказчика - физического лица**; наименование и адрес места нахождения заказчика - юридического лица.

В данном случае, в договорах не указаны места жительства и телефоны потребителей.

Обстоятельство, на которое ссылается ООО «МЛЦ», в виде наличия согласия **иного пациента** <...> на рекламную рассылку на указанный им адрес электронной почты <...>@gmail.com при подписании согласия на обработку персональных данных от **09.02.2022**, подлежит отклонению, поскольку, во-первых, ООО «МЛЦ» не осуществило проверку принадлежности указанного данным пациентом адреса электронной почты, во-вторых, отправило рекламу **23.11.2022**, уже имея более поздний договор с <...> от **10.08.2022**, содержащим отказ от использования его персональных данных в рекламных целях, предоставившего аналогичный адрес электронной почты <...>@gmail.com, принадлежность которого ему как другому пациенту также не была проверена ООО «МЛЦ». Возможность такой проверки существует путем направления письма на указанный пациентом адрес электронной почты и получения ответного письма с данного адреса. При этом обязанность убедиться в принадлежности адреса электронной почты получателю рекламы вытекает из возложенной Законом о рекламе на рекламодателя обязанности доказать наличие согласия получателя рекламы (абонента или адресата), в частности, владельца электронного ящика, на распространение рекламы.

ООО «МЛЦ» указывает, что <...> выразил согласие на рекламную рассылку путем использования адреса электронной почты <...>@gmail.com при прохождении процедуры регистрации **личного кабинета**, подтверждает факт такой регистрации скриншотами карточки регистрации личного кабинета заявителя, видимой со стороны исполнителя.

Комиссия полагает, что представленные скриншоты не могут являться достаточными и неоспоримыми доказательствами наличия необходимого согласия, поскольку сам заявитель отрицает факт регистрации личного кабинета, при этом из представленных скриншотов невозможно сделать вывод о том, что <...> действительно проходил процедуру регистрации: отсутствуют дата создания кабинета, скриншот датированного письма, направленного на его адрес электронной почты, с паролем для регистрации, код, введенный им при регистрации, иные данные, позволяющие подтвердить осуществление действий по регистрации личного кабинета именно самим заявителем, а не самостоятельно сотрудниками общества, располагающими его персональными данными.

По мнению Комиссии **приоритет волеизъявления** <...>, выраженного им в Договоре предоставления платных медицинских и дополнительных услуг от 10.08.2022 и в Согласии на обработку персональных данных от 10.08.2022 нельзя преодолеть проставлением галочки в сомнительно созданном личном кабинете.

При этом, согласно ч.1 ст.15 Закона о персональных данных обработка персональных данных **в целях продвижения товаров, работ, услуг на рынке** путем осуществления прямых контактов с потенциальным потребителем с помощью средств связи, а также в целях политической агитации допускается только при условии **предварительного согласия субъекта** персональных данных. Указанная обработка персональных данных признается осуществляемой без предварительного согласия субъекта персональных данных, если оператор не докажет, что такое согласие было получено.

Следовательно, согласие субъекта персональных данных на обработку его персональных данных в целях исполнения условий договора по оказанию медицинской услуги не может быть автоматически распространено на иную цель - продвижения товаров, работ, услуг на рынке, для данной цели необходимо получение отдельного согласия субъекта персональных данных, которое в данном случае отсутствует.

Таким образом, ООО «МЛЦ» не представлено какое-либо предварительное согласие <...>

- владельца электронного почтового ящика <...>[@gmail.com](mailto:), выраженного в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы. Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламодатель не имел предварительного согласия адресата на распространение рекламы по сетям электросвязи.

Ответственность за нарушение требований, установленных ст.18 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

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

Как следует из информации, размещенной на сайте <https://cctld.ru>, регистратором домена ml-center.ru является ООО «Регистратор доменов».

ООО «Регистратор доменов» сообщило (вх.№13761-ЭП/22 от 06.12.2022), что администратором доменного имени ml-center.ru, является юридическое лицо, указавшее при регистрации следующие данные: ООО «МЛЦ», ИНН: 6318169232, юридический адрес: Россия, 443030, Самарская область, г. Самара, ул. Базарная, д. 30, Почтовый адрес: Россия, 443030, Самарская область, г. Самара, ул. Базарная, д. 30, контактный номер телефона: +7 846 3733030, адрес электронной почты: domains@giperium.ru. Владелец домена не менялся.

Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают, что сайтом в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет». Владелец сайта в сети «Интернет» -лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте.

Таким образом, лицом, отправляющим электронное письмо с применением сайта в сети «Интернет», является владелец сайта в сети «Интернет» (администратор домена). Данное лицо в полном объеме распоряжается и управляет доменом, отвечает за любые действия, совершенные с использованием такого домена, в том числе за направление электронных сообщений с применением домена, самостоятельно обеспечивает конфиденциальность своей авторизационной информации и несет ответственность за все действия, совершенные с использованием своего логина и пароля, несет риск неблагоприятных последствий, связанных с их утратой.

Владелец (администратор) домена с соответствующим именем отвечает за любые действия, совершенные с использованием такого домена, в том числе за направление с его использованием электронных сообщений (Постановление Верховного Суда Российской Федерации от 24.04.2015 № 305-АД15-2693).

Таким образом, рекламодателем является владелец электронного почтового ящика ml-center.ru ООО «МЛЦ», которое несет ответственность за доступ к принадлежащему ему электронному почтовому ящику и его использование в целях распространения рекламы, что обществом не оспаривается.

ООО «МЛЦ» просит применить **Постановление Правительства РФ от 10.03.2022 №336** «Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля», согласно которому внеплановые контрольные (надзорные) мероприятия и внеплановые проверки проводятся в ограниченном количестве случаев и по ограниченному количеству оснований, которые в рассматриваемом деле отсутствуют.

Комиссия отмечает, что вышеуказанное постановление не применимо к процедуре возбуждения и рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе. ФАС России в письме (исх.№МШ/55457/22 от 08.06.2022) разъяснила, что в соответствии с п.4 ч.3 ст.1 Федерального закона от 31.07.2020 № 248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» (далее - Закон №248-ФЗ) **рассмотрение дел о нарушении законодательства о рекламе для целей указанного закона к государственному контролю**

(надзору), муниципальному контролю **не относится** и, как следствие, положения Закона №248-ФЗ не применяются к процедуре возбуждения и рассмотрения указанных дел.

Пунктом 13 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), предусмотрены основания для возбуждения дел о нарушении законодательства о рекламе, к которым, в частности, отнесено поступление заявления о нарушении законодательства о рекламе.

В соответствии с пунктом 19 Правил антимонопольный орган в ходе рассмотрения заявления вправе запрашивать у органов государственной власти, органов местного самоуправления, у юридических лиц и их должностных лиц, индивидуальных предпринимателей, физических лиц документы, сведения, пояснения в письменной или устной форме, связанные с обстоятельствами, изложенными в заявлении о нарушении законодательства и приложенных к нему документах и материалах.

С учетом изложенного положения Постановления №336 не ограничивают полномочия антимонопольных органов возбуждать и рассматривать дела о нарушении законодательства о рекламе, в том числе рассматривать заявления о нарушении законодательства о рекламе и запрашивать информацию в рамках рассмотрения заявлений, а также выдавать предписания по результатам рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе.

Резолютивная часть решения по делу согласно пп. «г» п.47 Правил №1922 должна содержать сведения о выдаче предписания (предписаний) с указанием лица (лиц), которому оно выдается.

Согласно п. 49 Правил №1922 при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В материалах дела отсутствуют сведения о том, что адрес электронной почты <...>@gmail.com исключен ООО «МЛЦ» из базы рассылки рекламы, доказательства обратного обществом не представлены, в связи с чем, имеется необходимость в выдаче предписания.

В соответствии с п.7 ч.2 ст.33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ст.14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно п.48 Правил №1922 дата изготовления решения по делу в полном объеме считается датой принятия решения по делу.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст.14.3 КоАП РФ.

В соответствии с п.4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 1.1 и 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ, и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении

вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства.

Достаточность данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, устанавливается антимонопольным органом по итогам рассмотрения дела, рассмотрение которого не относится к государственному контролю (надзору), порядок организации и осуществления которого не регулируется Федеральным законом от 31 июля 2020 года №248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации». Достаточность данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, устанавливается антимонопольным органом по итогам рассмотрения дела, порядок возбуждения и рассмотрения которого регулируется Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922). В связи с чем в силу примечания к ст.28.1 КоАП РФ положения ч.3.1 ст.28.1 КоАП РФ не распространяются на данный случай возбуждения дела об административном правонарушении.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40 - 3.45 Административного регламента № 711/12, ч.1 ст.37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в соответствующем постановлении.

Согласно ч.1 ст.2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Согласно п.1 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник, а для оказания юридической помощи потерпевшему - представитель. В качестве защитника или представителя к участию в производстве по делу об административном правонарушении допускается адвокат или иное лицо (ч.ч.1, 2 ст.25.5 КоАП РФ).

Согласно ч.1 ст.25.15 КоАП РФ лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1, ч. 4 ст. ст. 25.5 и п. 3 ч. 4 ст. 28.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника. Защитник допускается к участию в производстве по делу об административном правонарушении с момента возбуждения дела об административном правонарушении, которое считается возбужденным с момента составления протокола об административном правонарушении.

На основании изложенного, руководствуясь ст.ст.33 - 36 Закона о рекламе, в соответствии с п. 42 – 48 Правил №1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу акции «Медицинского лучевого центра», распространенную 23.11.2022 на электронный почтовый ящик <...>[@gmail.com](mailto:marketing@ml-center.ru) с электронного почтового ящика marketing@ml-center.ru, ненадлежащей, нарушающей требования ч.1 ст.18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена без предварительного согласия адресата на получение рекламы.

2. Выдать ООО «МЛЦ» предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

3. **Законному представителю ООО «МЛЦ»** (443030, г. Самара, ул. Базарная, 30, ОГРН: 1086318001110, дата присвоения ОГРН: 28.02.2008, ИНН: 6318169232, КПП: 631101001) (защитнику) надлежит явиться в Свердловское У ФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **20 апреля 2023 г. в 11 час. 00 мин.** для составления в отношении юридического лица протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, с документами, удостоверяющими личность и служебное положение.

ООО «МЛЦ» вправе представить письменные объяснения по факту правонарушения (ст. 26.3 КоАП РФ), в том числе, указать (при наличии) обстоятельства, смягчающие (ст.4.2 КоАП РФ) и отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную ответственность, исключаяющие производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ).

Для приобщения к протоколу письменных объяснений (ст. 26.3 КоАП РФ) их надлежит представить в письменной форме и раскрыть в них свою позицию относительно каждого из указанных в решении обстоятельств, подкрепив ее соответствующими доказательствами.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

Решение антимонопольного органа может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения (ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе).

Для оперативности информацию следует предварительно направить по факсу либо на электронную почту Управления (tob66@fas.gov.ru). В ответе необходимо ссылаться на исходящий номер документа Свердловского УФАС России.

Протокол об административном правонарушении подписывается должностным лицом, его составившим, физическим лицом или законным представителем юридического лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении (ч. 5 ст. 28.2 КоАП РФ).

Согласно ч. 1 ст. 51 Конституции Российской Федерации никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.

В соответствии с ч. 5 ст. 25.5 КоАП РФ защитник, допущенный к участию в производстве по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, участвовать в рассмотрении дела, обжаловать применение мер обеспечения производства по делу, постановление по делу, пользоваться иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени юридического и должностного лица, в отношении которого составляется протокол).

Неявка лица до истечения указанного срока не препятствует дальнейшему движению дела об административном правонарушении, протокол об административном правонарушении может быть составлен в отсутствие указанного лица (ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ).

В связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой в РФ Управление рекомендует воздержаться от личной явки лиц, участвующих в составлении протокола (в том числе, защитников), направив ходатайство (to66@fas.gov.ru) о составлении протокола в их отсутствие с учетом представленных письменных пояснений.

Независимо от формы участия в составлении протокола все письменные пояснения и документы будут всесторонне изучены и учтены при его составлении.

Кроме того, Управление информирует о возможности представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов (указать реквизиты сопроводительного письма к данному документу) путем их направления по адресу электронной почты, указанной в расписке, с подтверждением того, что такой способ получения процессуальных документов будет являться надлежащим уведомлением (расписка должна быть заполнена физическим лицом, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>