



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

РЕШЕНИЕ

по делу №066/05/18-332/2023

05.04.2023

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: председатель Комиссии <...> – заместитель руководителя Управления, члены Комиссии: <...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти, <...> - главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти, при участии: заявитель: **физическое лицо**, извещено, участие не обеспечено,

лицо в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:
ИП <...> (ОГРНИП: 322774600307587, ИНН: 771570006874, Дата присвоения ОГРНИП: 18.05.2022), извещена, участие не обеспечено,

заинтересованное лицо - **ООО «Тинькофф Мобайл»** (125212, г. Москва, Головинское шоссе, д. 5, корпус 1, этаж/пом. 25/25022, ОГРН: 1177746287498, дата присвоения ОГРН: 23.03.2017, ИНН: 7743200179, КПП: 774301001), извещено, участие не обеспечено,

рассмотрев дело №066/05/18-332/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения 04.12.2022 в 17:33 на абонентский номер <...> с абонентского номера +7-905-322-44-13 путем автоматического дозвонивания рекламы карты «Халва» Совкомбанка без согласия на ее получение с признаками нарушения ч.1 и ч.2 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/18-332/2023 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 03.02.2023 (исх.№ДШ/2035/23 от 06.02.2023) по итогам рассмотрения заявления физического лица (вх.№13578-ИП/22 от 05.12.2022) и назначено к рассмотрению на 22.02.2023. Определением от 22.02.2023 (исх.№ДШ/3869/23 от 02.03.2023) рассмотрение дела отложено на 05.04.2023 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/4143676805>

Заявитель сообщил (вх.№13578-ИП/22 от 05.12.2022) о поступлении 04.12.2022 в 17:33 на его абонентский номер <...> с абонентского номера +7-905-322-44-13 путем автоматического дозвонивания рекламы карты «Халва» Совкомбанка без согласия на ее получение.

Заявитель указал, что является абонентом оператора Тинькофф Мобайл, а также представил в материалы дела (вх.№7399-ЭП/23 от 05.04.2023) копию письма ООО «Тинькофф Мобайл», согласно которому 13.09.2022 между ООО «Тинькофф Мобайл» и заявителем был заключен договор на оказание услуг подвижной радиотелефонной связи №6107378215 по абонентскому номеру 79935015906.

21.09.2022 номер 79935015906 был изменен на номер <...> в связи с переносом номера от другого оператора.

ПАО «ВымпелКом» сообщило (вх.№15400-ЭП/22 от 22.12.2022), что абонентом номера +7-905-322-44-13 по состоянию на 04.12.2022 являлась ИП <...> на основании договора об оказании услуг связи №842753809 от 27.07.2022. В материалы представлена копия приложения к договору № 842753809 от 27.07.2022 (абонентский номер 9053224413 указан в строке 12 Приложения).

ИП <...> в письменных объяснениях (вх.№2974-ЭП/23 от 14.02.2023) сообщила следующее.

1. Деятельность, осуществляемая ИП <...>.

ИП <...> (далее - «Рекламораспространитель») оказывает услуги по привлечению внимания или поддержания интереса у граждан к кредитным картам рассрочки Халва «Лучшая карта рассрочки» (далее - «Карта»), уточняя у лиц, выразивших интерес в ее получении, действительно ли они хотят приобрести Карту, а также предоставляя информацию о таких лицах партнеру банка. Данные услуги осуществляются посредством сбора заявок граждан на сайте <https://bestcards.icu/#> в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - «Сайт»).

2. Получение Рекламораспространителем информации о ПАО «Совкомбанк».

20.05.2022 года между ИП <...> и Обществом с ограниченной ответственностью «ИДС» был заключен агентский договор, в соответствии с которым ИП <...> оказывает услуги по привлечению внимания или поддержанию интереса пользователей сети Интернет к товарам или услугам ООО «ИДС» и/или клиентов ООО «ИДС» (далее - «Договор») (Приложение №1).

Во исполнение Договора Рекламораспространитель получил информацию о деятельности ПАО «Совкомбанк» и выпускаемой им Карте и разместил на своем Сайте сведения о том, что любое лицо, желающее получить, Карту, может направить соответствующую заявку (далее - «Заявка»).

3. Порядок обращения граждан к Рекламораспространителю для получения информации о Карте.

ИП <...> является правообладателем сайта <https://bestcards.icu/#> в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В соответствии с пользовательским соглашением Сайта, размещенном на Сайте в постоянном доступе (далее - «Пользовательское соглашение») (Приложение № 2) в отношении Сайта ИП <...> выступает Владельцем Сайта (лицензиаром), а лица, использующие Сайт для оставления Заявок - Пользователями (лицензиатами).

Согласно п. 2.1 Пользовательского соглашения Владелец Сайта безвозмездно на условиях простой (неисключительной) лицензии предоставляет Пользователю право использования Сайта, а Пользователь обязуется использовать Сайт в соответствии с условиями Пользовательского соглашения.

В соответствии с правилами использования Сайта, указанными в п. 5.1.3 Пользовательского соглашения, Пользователи вправе использовать Сайт для оставления Заявок на получение банковской карты посредством заполнения специальной формы, размещенной на Сайте.

Любое лицо, желающее оставить Заявку на получение банковской карты, акцептует Пользовательское соглашение посредством выполнения последовательности действий, описанной в п. 3.2 Пользовательского соглашения, а именно посредством заполнения формы, размещенной на Сайте: *«Процедура подачи Заявки на получение банковской карты считается завершенной в результате выполнения Пользователем следующих действий:*

- *введения фамилии, имени, отчества;*
- *введения даты рождения;*
- *введения номера мобильного телефона;*
- *указания региона, в котором Пользователь хочет получить банковскую карту (необязательно);*
- *проставления галочки в чекбоксе рядом с текстом: «Предоставляя свои персональные данные, я подтверждаю, что ознакомлен и согласен с условиями Пользовательского соглашения и Политики обработки персональных данных»;*
- *проставления галочки в чекбоксе рядом с текстом: «Даю согласие на обработку персональных данных»;*
- *нажатия кнопки «Заказать карту»;*
- *введения Кода подтверждения;*
- *нажатия кнопки «Подтвердить заявку».*

Как видно из представленного положения Пользовательского соглашения, заполняя форму Заявки на получения Карты, Пользователь оставляет на Сайте свои персональные данные. Такими персональными данными являются: ФИО, номер телефона, день, месяц и год рождения. После

введения персональных данных лицо, изъявившее желание заключить договор, проставляет галочки в чек-боксах с текстом:

- (1) *«Предоставляя свои персональные данные, я подтверждаю, что ознакомлен и согласен с условиями Пользовательского соглашения, Политики обработки персональных данных»;*
- (2) *«Даю согласие на обработку персональных данных»;*
- (3) *«Даю согласие на получение рекламной рассылки» — при наличии желания.*

Рекламораспространитель обращает внимание УФАС на то обстоятельство, что после активации чек-боксов 1 и 2 появляется возможность направить персональные данные Рекламораспространителю путем нажатия кнопки «Заказать карту». Таким образом, чек-бокс №3 с текстом «Даю согласие на получение рекламной рассылки» является вариативным, а значит, у заявителей существует возможность отказаться от получения рекламных рассылок.

После нажатия Пользователем кнопки «Заказать карту» на номер телефона, указанный им при заполнении Заявки, Рекламораспространителем осуществляется верификационный звонок. **Для подтверждения верности указанных данных, а именно того факта, что телефонный номер, указанный при заполнении формы на Сайте, действительно принадлежит Пользователю, Пользователь должен ввести последние четыре цифры телефонного номера Рекламораспространителя в специальную графу на Сайте.**

После ввода указанных четырех цифр и нажатия на кнопку «Подтвердить заявку» Заявка, оставленная Пользователем, считается подтвержденной, а Пользователь - надлежащим образом идентифицированным. Указанный вывод также подтверждается практикой:

- в решении Ярославского УФАС России от 20.09.2021 по делу №076/05/18-718/2021 установлено, что процедура верификации телефонного номера путем направления на этот номер звонка или смс-сообщения судом не признается неправомерной;
- в решении Кемеровского УФАС России от 04.10.2021 по делу №042/05/18-1566/2021 установлено, что процедура верификации телефонного номера путем направления смс-сообщения с кодом, который требуется ввести на сайте ozon.ru не рассматривается судом, как нарушающая ФЗ «О рекламе» и как не позволяющая идентифицировать пользователя;
- в апелляционном определении Московского городского суда от 30.08.2012 по делу №11-18639 установлено, что допустима верификация телефонного номера через ввод на сайте кода, поступившего на указанный пользователем номер.

По совершении пользователем Сайта указанных действий условия Пользовательского соглашения считаются принятыми пользователем в полном объеме и без оговорок (*абзац 3 Пользовательского соглашения*).

Кроме того, Рекламораспространитель обращает внимание УФАС на то, что после заполнения Пользователем формы для оставления Заявки на получение информации о Карте и нажатия на кнопку «Получить карту» на экране устройства помимо поля для ввода четырехзначного кода подтверждения также появляется следующее уведомление:

«После того, как Вы введете цифры и подтвердите свою заявку, Вы можете ответить на этот звонок и прослушать РЕКЛАМНОЕ сообщение.

Если Вы не хотите прослушать РЕКЛАМНОЕ сообщение, то, пожалуйста, просто не отвечайте на звонок».

Таким образом, в случае, если лицо, оставляющее Заявку, не желает получать от Рекламораспространителя рекламное сообщение, у него существует реальная возможность оставить Заявку, избежав прослушивание рекламного сообщения, т.е. он может ввести цифры и не отвечать на поступивший телефонный звонок. Поскольку в рассматриваемом случае Заявителем было принято решение об ответе на поступивший звонок, такие действия дополнительно (помимо того, что было оставлено согласие на рекламную рассылку) подтверждают его намерение о прослушивании рекламного звонка.

4. Обращение Заявителя к Рекламораспространителю за информацией о Карте

В Определении указано, что абоненту на номер <...> с номера ИП <...> +7-905-322-44-13 04 декабря 2022 года в 17:33 был осуществлен телефонный звонок.

В распоряжении Рекламораспространителя имеются лог-файлы, регистрирующие все

запросы к Сайту.

После исследования лог-файла (*Приложение № 3*) Рекламораспространителем было установлено, что **04.12.2022 в 17:32:45** по московскому времени в форму на Сайте были введены следующие данные: «<...>- <...> -<...>», осуществлен «клик» (нажатие) на кнопку «Получить карту», а также введен четырехзначный код подтверждения «4413» (*Приложение № 4*). Поступление данных <...> Рекламораспространителю само по себе свидетельствует об осуществлении им последовательности действий, описанных в пункте 3 настоящих Письменных пояснений.

Таким образом, Рекламораспространитель получил информацию об акцепте Заявителя Пользовательского соглашения, а также ознакомлении им с Политикой обработки персональных данных и согласии на обработку персональных данных и получение информационной и рекламной рассылки, что послужило основанием для обращения Рекламораспространителя к гражданину с уточняющим вопросом о необходимости Заявителю Карты.

Совершая действия по информированию, Рекламораспространитель добросовестно полагался на верность предоставленных ему персональных данных, исходил из того, что персональные данные были предоставлены самим <...> и того, что он действительно заинтересован в получении информации о Карте и согласен на получение информационной и рекламной рассылки.

Действия по доведению до пользователей Сайта информации о Карте совершаются в рамках гражданско-правовых отношений между Владельцем Сайта (лицензиаром) и Пользователем (лицензиатом) по Пользовательскому соглашению. Добросовестность же участников гражданских правоотношений и разумность их действий предполагаются (*n. 5 ст. 10 ГК РФ*).

Кроме того, в судебной практике отмечается, что при указании одной из сторон договора своего номера телефона в сети Интернет, презюмируется добросовестность другой стороны договора, которая признает такой номер в качестве достоверного и принадлежащего контрагенту (*например. Определение Чулымского районного суда Новосибирской области по делу № 11-15/2019 от 28.05.2019, Решение Савеловского районного суда г. Москвы по делу №02-4925/2018 от 05.10.2018*).

В этой связи Рекламораспространитель полагает, что использовал полученные им персональные данные для обращения к <...>, сведения о котором были введены в специальную форму на Сайте, правомерно.

Согласно п. 4 Соглашения на обработку персональных данных, полученного от Заявителя, обработка персональных данных осуществляется в том числе для подбора информации о различных банковских инструментах, предоставляемых третьими лицами, в частности, о кредитной карте «Халва» (*Приложение № 5*).

Таким образом, Заявитель выразил согласие на обработку Рекламораспространителем персональных данных с целью предоставления Пользователю Сайта информации о Карте, а также поскольку Заявитель активировал чек-бокс с текстом «Даю согласие на получение рекламной рассылки», ввела код подтверждения и ответил на осуществленный ему идентификационный звонок, т.е. **совокупность совершенных заявителем действий может быть расценена как согласие на получение сообщений информационного и рекламного характера** (*Приложение № 6*).

5. Предоставляемая Рекламораспространителем информация соответствует требованиям рекламного законодательства РФ.

Главной целью осуществления звонка лицу, совершившему заказ Карты через Сайт, является уточнение у такого лица, действительно ли оно нуждается в Карте.

Звонок осуществляется Рекламораспространителем по одному заранее спрогнозированному тексту (Скрипту).

Текст Скрипта формируется Рекламораспространителем самостоятельно в соответствии с п. 4 Оффера, заключенного между ИП <...> и Обществом с ограниченной ответственностью «ИДС» (*Приложение № 7*).

По данному Скрипту ИП <...> осуществила 04.12.2022 4 аналогичных телефонных звонка, включая звонок Заявителю, с целью подтверждения Заявок, поступивших с Сайта.

Рекламораспространитель обращает внимание УФАС на то обстоятельство, что в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации реклама финансовых услуг и финансовой деятельности (к которым также относится реклама кредитных карт) реклама должна соответствовать следующим требованиям:

- *Реклама должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).*

Поскольку в данном случае финансовая деятельность осуществляется ПАО «Совкомбанк», то текст Скрипта содержит соответствующее наименование юридического лица

- *Согласно части 3 ст. 28 Закона о рекламе, если реклама услуг связана с предоставлением, использованием, погашением кредита или займа содержит хотя бы одно условие о его стоимости, то эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа).*

В целях соблюдения указанного требования текст Скрипта также содержит все условия, связанные с предоставлением и условиями использования Карты, предъявляемые ПАО «Совкомбанк».

Таким образом, информация, сообщаемая Рекламораспространителем в ходе осуществления телефонного звонка лицу, оставившему Заявку на Сайте, в полной мере соответствует требованиям законодательства РФ.

6. Добросовестность Рекламораспространителя и соблюдение требований законодательства о персональных данных

ИП <...> отдельно обращает внимание УФАС на то, что осуществляемая им деятельность соответствует всем требованиям Федерального закона от 27.07.2006 г. №152-ФЗ «О персональных данных», и сообщает о том, что персональные данные заявителей, получаемые посредством получения Заявок с Сайта, хранятся ИП <...> в ЦОД «Яндекс» на территории Российской Федерации, а именно по адресу: Россия, г. Владимир, ул. Энергетиков, дом 37 корпус 2.

Кроме того, в соответствии с п. 8 Согласия на обработку персональных данных Пользователь имеет право отозвать свое согласие посредством составления соответствующего письменного документа, который может быть направлен в простой письменной форме по адресу: 127572, Россия, г. Москва, <...> и/или направить указанный отзыв на адрес электронной почты: <...>@list.ru.

ИП <...> уничтожила хранящиеся у нее персональные данные Заявителя, что подтверждается Актом об уничтожении персональных данных от 06.02.2023 (Приложение № 8). Факт уничтожения персональных данных <...> означает, что на номер его телефона больше не будет осуществляться передача сообщений информационного и рекламного характера.

Данное обстоятельство, по мнению Рекламораспространителя, свидетельствует о его добросовестности при осуществлении деятельности по информированию граждан о возможности оформления Карты.

П. 4 Определения от 22.02.2023 ИП <...> надлежало представить в Свердловское УФАС России копии материалов, подтверждающих факт регистрации пользователя с абонентским номером <...> именно **04.12.2022** в 17:32:45 по московскому времени.

Между тем, ИП <...> в дополнительных письменных объяснениях (вх.№6463-ЭП/23 от 27.03.2023) запрошенную информацию не представила, повторив информацию ранее сообщенную в письменных объяснениях (вх.№2974-ЭП/23 от 14.02.2023), отметив, что иных доказательств, кроме изложенных в Письменных пояснениях, в том числе, от 13.02.2023, подтверждающих факт регистрации пользователя на Сайте, у ИП <...> нет.

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

Материалами дела установлено, что 04.12.2022 в 17:33 на абонентский номер <...> с абонентского номера +7-905-322-44-13 была распространена информация следующего содержания:

«- Да, слушаю.

- Добрый день. Меня зовут Ольга. Я представитель «Совкомбанка». Вам предварительно одобрена карта рассрочки «Халва», и у вас есть возможность воспользоваться суммой до 500 000 рублей без процентов. Вам перезвонит специалист банка и ответит на все вопросы. Скажите «да», если это вам интересно.

- Алло!

- Карта также позволяет зарабатывать до 10% годовых на остаток. А это как на хорошем банковском вкладе. Более того, есть ещё 2 плюса, о которых вам подробнее расскажет эксперт банка. Скажите «да», если готовы заказать карту прямо сейчас.

- Алло! Вас не слышно!

- Спасибо. Мы вас больше не побеспокоим»

По мнению ФАС России в соответствии с [частью 1 статьи 18](#) Закона о рекламе признаки нарушения законодательства о рекламе содержатся в каждом действии по распространению рекламы по сетям электросвязи без предварительного согласия абонента. При этом местом и временем совершения правонарушения является место и время получения каждым конкретным абонентом данной рекламы, в том числе, в случае если реклама имеет идентичное содержание.

Факт поступления звонка 04.12.2022 в 17:33 на абонентский номер <...> с абонентского номера +7-905-322-44-13 подтверждается детализацией состоявшихся соединений по абонентскому номеру <...>, представленной заявителем (вх.№13578-ИП/22 от 05.12.2022).

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 (п. 1 ст. 3 Закона о рекламе).

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 (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

К информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке, по мнению ФАС России, 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.

В рассматриваемом случае сообщение содержит информацию о хозяйствующем субъекте, осуществляющем деятельность под наименованием – «Совкомбанк», а также сведения об услугах, которые предлагает данное лицо - «Вам предварительно одобрена карта рассрочки «Халва», и у вас есть возможность воспользоваться суммой до 500 000 рублей без процентов», «Карта также позволяет зарабатывать до 10% годовых на остаток», следовательно, данная информация является рекламой, на которую распространяются требования Закона о рекламе.

Кроме того, по своему содержанию информация, доведенная до заявителя посредством звонка, адресована неопределенному кругу лиц. Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для

неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

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 (п.1 ст.19 ГК РФ). Имя, полученное гражданином при рождении, а также перемена имени подлежат регистрации в порядке, установленном для регистрации актов гражданского состояния (п.3 ст.19 ГК РФ).

В рассматриваемом случае абонент по имени не назван.

В соответствии со [статьей 2](#) Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; электросвязь - любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным абонентам.

В соответствии со [ст. 2](#) Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; электросвязь - любое излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией [ч. 1 ст. 18](#) Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка (Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 11.05.2021 №09АП-8170/2021 по делу №А40-187154/2020).

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к [Закону](#) о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

При этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

При этом в случае направления посредством телефонного звонка информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о самом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может признаваться рекламой, если она носит обобщенный характер, способна формировать интерес к данному объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила такая информация, но и у иного лица. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение (упоминание имени и отчества абонента), представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

По мнению ФАС России обобщенная информация не носит персонализированного характера, даже в случае упоминания имени и отчества абонента, представляет интерес для неопределенного круга лиц и является рекламой.

Спорные сведения о рекламируемой финансовой услуге носят обобщенный характер, озвученное сообщение не содержит сведений о какой-либо услуге, которой мог бы воспользоваться исключительно заявитель, и которая предназначалась бы только для него, направлены на формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования - карте рассрочки «Халва» «Совкомбанка», представляют интерес для неопределенного круга лиц, в связи с чем являются рекламой.

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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель 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.

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.

Фраза лица, осуществившего звонок, использованная им в момент звонка: *«Вам предварительно одобрена карта рассрочки «Халва»*», не может быть признана отбором согласия на распространение рекламы не только потому, что вопрос даже не был задан, слово «реклама» при этом не было озвучено, а информация (предложение) может быть любого характера (не обязательно рекламного), но и потому, что согласие на распространение рекламы должно быть получено от абонента не в момент звонка, а еще до самого звонка.

Необходимо отметить, что в контексте именно телефонных звонков **статьей 18** Закона о рекламе очевидно разграничены два способа получения рекламы абонентом по сетям электросвязи.

Первый способ исходит из **частей 1 и 2 статьи 18** Закона о рекламе и предполагает, что **реklamораспространитель** сам **инициирует** взаимодействие с абонентом или адресатом, при этом такая инициация разрешена лишь если потребитель заранее выразил желание получать рекламу от конкретного рекламодателя.

Второй способ регулируется **частями 3 и 4 статьи 18** Закона о рекламе, при которых **абонент сам осуществляет действия**, направленные на взаимодействие с рекламодателем, и в данном случае согласия абонента на получение рекламы не требуется, а необходимо лишь выполнить определенные условия (после сообщения запрашиваемой справки, бесплатно и т.п.).

Такое особое законодательное регулирование распространения рекламы одним из способов связи (телефонное соединение), постановка такого регулирования в прямую зависимость от субъекта, непосредственно инициирующего взаимодействие (реklamораспространитель или абонент), свидетельствует о вышеуказанной цели регулирования **части 1 статьи 18** Закона о рекламе - **недопустимости совершения самого телефонного звонка, призванного привлечь внимание к объекту рекламирования.**

Более того, согласно [пункту 2](#) Правил оказания услуг телефонной связи, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 09.12.2014 №1342, под телефонным соединением понимается установленное в результате вызова взаимодействие между средствами связи, позволяющее абоненту и (или) пользователю услуг телефонной связи передавать и (или) принимать голосовую и (или) не голосовую информацию.

Исходя из вышеизложенного следует, что в случае, **когда взаимодействие инициируется рекламодателем, моментом начала распространения посредством телефонного звонка рекламной информации является момент поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента, а не момент непосредственного оглашения рекламной информации абоненту. Более того, рекламодатель и не ставит себе иной конечной цели кроме как сформировать интерес к товару (работе, услуге).**

Обязанность рекламодателя предварительно получить согласие абонента на получение рекламы предполагает совершение им действий, направленных на получение **согласия абонента**, до начала распространения рекламы по сетям электросвязи, т.е. **в случае с распространением рекламы посредством телефонного звонка до поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента.**

Таким образом, в полной мере реализуется цель законодателя оградить абонентов от нежелательных звонков, осуществляемых в рекламных целях, в целом, а не только от дальнейшего прослушивания рекламной информации после выражения отказа.

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.

Абонентский номер заявителя относится к его персональным данным, согласие на его использование для распространения рекламы должно быть получено от абонента еще **до звонка в рекламных целях**. В противном случае **нарушается право личности на защиту персональных данных и неприкосновенность частной жизни** (многократные звонки от любого лица, желающего прорекламировать свой товар (услугу), в любое время суток на личный мобильный телефон, используемый в личных целях).

Для признания надлежащим факта получения рекламодателем согласия абонента либо адресата на получение им рекламной информации изначально должно быть явно выраженное желание абонента либо адресата на ее получение, в том числе, посредством отметки соответствующего надлежащим образом оформленного пункта.

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 – абонент номера <...> - указал, что не давал согласие на получение рекламы с абонентского номера +7-905-322-44-13.

Комиссия отклоняет довод ИП <...> о том, что она располагала согласием абонента номера <...> на распространение рекламы на его абонентский номер, поскольку представленные в качестве доказательства материалы не подтверждают заявленного. Так, согласно данным оператора связи заявителя, абонентский номер <...> в сеть ООО «Тинькофф Мобайл» перенесен еще **21.09.2022**.

Комиссия отмечает, что спорный звонок был совершен **04.12.2022** в 17:33, при этом, ИП <...> указала на факт регистрации на сайте <https://bestcards.icu/#> пользователя «<...>», сообщившего при регистрации абонентский номер «<...>», регистрация состоялась якобы **04.12.2022** в 17:32:45 по московскому времени.

Между тем, в приложениях №3 и №4, представленных в материалы дела в качестве подтверждения заявленного, **отражена иная дата** регистрации пользователя - **11.02.2023** 17:32:45:

The screenshot shows a database table with the following columns: id, date, ip, and user_agent. The table title is 'Таблица calltracking.leads_bestcards_icu'. The data row shows: id: 6192, date: 11.02.2023 17:32:45, ip: 213.191.24.236, user_agent: Mozilla/5.0 (iPhone; CPU iPhone OS 8_3 like Mac OS X) AppleWebKit. Below the table, there is a search filter: [phone] = '79000429745'. At the bottom, there are buttons for 'Данные' and 'Текст'.

id	date	ip	user_agent
6192	11.02.2023 17:32:45	213.191.24.236	Mozilla/5.0 (iPhone; CPU iPhone OS 8_3 like Mac OS X) AppleWebKit

Выписка из лог файла заявок сайта

bestcards.icu

за 2022-12-04

date: 11.02.2023 17:32:45

ИП <...> не представила какие-либо материалы, подтверждающие факт регистрации на сайте <https://bestcards.icu/#> пользователя с абонентским номером <...> **именно 04.12.2022** в 17:32:45 по московскому времени **и именно заявителем по данному делу**.

Представленные скриншоты отражают в качестве даты регистрации на сайте гораздо более позднюю дату - 11.02.2023, при этом, настоящее дело было возбуждено 03.02.2023, что может свидетельствовать о попытке фальсификации доказательств со стороны рекламодателя, которая располагала информацией о времени звонка, абонентском номере заявителя, но не знала его фамилии, имени и отчества.

При этом, фамилия, имя, отчество заявителя не совпадают с персональными данными физического лица, указанного ИП <...> - **заявитель по делу не <...>**.

Абонентский номер <...> на дату якобы регистрации заявителя на сайте <https://bestcards.icu/#> с последующим осуществлением ему верификационного звонка и спорного рекламного звонка - 04.12.2022 - уже принадлежал заявителю по данному делу, соответственно, иное лицо не могло ответить на верификационный звонок ИП <...> и заполнить данные на сайте (подтвердить заявку и принять условия Пользовательского соглашения). Сам же заявитель этих действий не совершал.

Таким образом, материалы, подтверждающие наличие согласия абонента <...> на распространение рекламы на его абонентский номер, отсутствуют.

Согласно **ч.2 ст.18 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).

Под запрет, установленный в указанной норме, подпадают как случаи, когда выбор абонента (абонентского номера) осуществляется не человеком, а техническим устройством, программой, компьютером, машиной, так и случаи, когда набор такого номера осуществляется автоматически, без участия человека (даже если выбор абонентов был произведен человеком).

По мнению ФАС России для целей выявления нарушения **требования ч.2 ст.18 Закона о рекламе** антимонопольным органам необходимо установить факт того, что:

- в ходе осуществления звонка абоненту или направления ему сообщения использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозвонивание и автоматическая рассылка);
- осуществление такого звонка абоненту или направление ему такого сообщения осуществлялось для распространения рекламы.

Вместе с тем для целей реализации ФАС России возложенных на него полномочий антимонопольный орган должен обладать документами и доказательствами, необходимыми для принятия обоснованного решения.

Так, **запись телефонного разговора**, предоставленная абонентом антимонопольному органу, содержащая **в начале такого разговора воспроизведенный абоненту заранее записанный аудиофрагмент, представляющий собой** последовательность звуков и/или **речь человека (автоматизированная запись)**, позволяет сделать вывод о том, что в ходе осуществления такого звонка абоненту использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (**автоматическое дозвонивание**).

Такие обстоятельства могут рассматриваться антимонопольными органами как нарушение рекламодателем требований **ч.2 ст.18 Закона о рекламе**.

Заявитель представил запись разговора в Управление. Анализ представленной записи разговора позволяет сделать вывод о том, что распространение рекламы осуществлялось с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека, поскольку

первая часть рекламы озвучивалась **автоинформатором**, «голосовым роботом» (предположительно с помощью специального программного обеспечения), который озвучил лишь заранее записанный аудиофрагмент, предложив сказать «да» для того, чтобы заявителю перезвонил уже живой человек - специалист (эксперт) банка. Таким образом, при звонке был использован именно автоинформатор.

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.

Согласно информации, размещенной на сайте <https://zniis.ru>, номер, с которого поступила нежелательная реклама - +7-905-322-44-13 - принадлежит номерной ёмкости оператора ПАО «ВымпелКом».

ПАО «ВымпелКом» сообщило (вх.№15400-ЭП/22 от 22.12.2022), что абонентом номера +7-905-322-44-13 по состоянию на 04.12.2022 являлась **ИП** <...> на основании договора об оказании услуг связи №842753809 от 27.07.2022. В материалы представлена копия приложения к договору № 842753809 от 27.07.2022 (абонентский номер 9053224413 указан в строке 12 Приложения).

Согласно п.1 ст.1068 ГК РФ юридическое лицо либо гражданин возмещает вред, причиненный его работником при исполнении трудовых (служебных, должностных) обязанностей.

Применительно к правилам, предусмотренным настоящей главой, работниками признаются граждане, выполняющие работу на основании трудового договора (контракта), а также граждане, выполняющие работу по гражданско-правовому договору, если при этом они действовали или должны были действовать по заданию соответствующего юридического лица или гражданина и под его контролем за безопасным ведением работ.

Согласно ст.210 Гражданского кодекса РФ собственник несет бремя содержания принадлежащего ему имущества, если иное не предусмотрено законом или договором.

На основании вышеизложенного, рекламодателем спорной рекламы без предварительного согласия абонента на ее получение с использованием автодозвона является владелец абонентского номера ИП <...>, которая несет ответственность за доступ к принадлежащему ей абонентскому номеру +7-905-322-44-13 и его использование в целях распространения рекламы.

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.

Спорный звонок был совершен 04.12.2022, ИП <...> сообщила, что номер заявителя исключен из базы обзвона (Акт об уничтожении персональных данных №3/0602 от 06.02.2023), заявитель доказательств обратного не представил, о продолжении звонков не сообщил, в связи с чем, отсутствует 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.

В соответствии со ст. 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, подлежат административной ответственности как **должностные лица**.

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, была установлена 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, была установлена 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 карты «Халва» Совкомбанка, распространенную 04.12.2022 в 17:33 на абонентский номер <...> с абонентского номера +7-905-322-44-13, ненадлежащей, нарушающей требования ч.1 и ч.2 ст.18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена с применением автоматического дозвонивания без предварительного согласия абонента на получение рекламы.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

3. **ИП** <...> (ОГРНИП: 322774600307587, ИНН: 771570006874, Дата присвоения ОГРНИП: 18.05.2022) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **18 мая 2023 г. в 10 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

ИП <...> 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, исключающие 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 случае невозможности личной явки лиц, участвующих в составлении протокола (в том числе, защитников), необходимо направить 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

<...>

<...>