



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИ ДЕЛА №066/05/18-3983/2022 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

08 декабря 2022 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев заявление физического лица (вх.№11664-ЭП/22 от 09.11.2022) с жалобой на поступление рекламы услуг ООО «Центра стандартизации» путем звонков на его абонентский номер <...> 04.07.2022 в 13:04 с абонентского номера +7-812-448-93-73, 09.11.2022 в 10:34 с абонентского номера +7-812-449-92-86 без согласия абонента на распространение рекламы с признаками нарушения ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх.№11664-ЭП/22 от 09.11.2022) с жалобой на поступление рекламы услуг ООО «Центра стандартизации» путем звонков на его абонентский номер <...> 04.07.2022 в 13:04 с абонентского номера +7-812-448-93-73, 09.11.2022 в 10:34 с абонентского номера +7-812-449-92-86 без согласия абонента на распространение рекламы следующего содержания:

№1

«- Алло, здравствуйте.

- Меня зовут Екатерина. Скажите, пожалуйста, по сертификации продукции вашей с кем можно пообщаться?

- Так. А вы кто?

- С руководством? Правильно я услышала?

- Нет. Вы-то кто? Как называетесь?

- Меня зовут Екатерина. Компания «Центр стандартизации».

- «Центр стандартизации»?

- Да. Мы занимаемся оформлением документов, сертификатов, деклараций. Хотела уточнить, есть ли у вас потребность, предложить помощь в оформлении.

- Не выходит никакой центр стандартизации в интернете. У вас сайт есть?

- Есть.

- Как найти?

- «нвсерт». Если сразу набрать.

- «нвсерт», да? Nvsert.ru - сертификация продукции и оборудования.

- Угу, все правильно.

- Это вот телефоны 812-648-02-51 ваши, да? И 8-800-... второй?

- Да, да, да, все правильно. Это вот общие номера.

- 8-800-700-33-75.

- Да.

- А где ваши ООО тут, реквизиты?

- В контактах.

- А где контакты? А, контакты, да. Москва, Санкт-Петербург, Псков. Да?

- Угу. Я нахожусь во Пскове. Также у нас есть в Санкт-Петербурге и в Москве.
- Ваш телефон просто 812-448-93-73.
- Да, все верно.
- А на сайте его нет.
- На сайте нет? Ну, потому что на сайте указаны только общие номера.
- Подождите, а в контактах тоже нету никаких ООО у вас. У вас есть какая-то организация, или у вас просто сайт и все?
- Нет, у нас есть организация.
- Ну, и как называется? ИИН есть какой-нибудь?
- **ООО «Центр стандартизации».**
- ООО «Центр стандартизации»? Ага. Псков. Вот теперь вижу. У вас просто на сайте ничего нет, ни ИИН никакого.
- Ну, если честно, я конкретно сайт наш не изучала. Документы выкладывает руководство.
- Владимир Михайлович, да?
- Да, это наш руководитель.
- ИИН 6027189146. Финансовое состояние значительно хуже среднего по отрасли, менялся учредитель, менялся основной вид деятельности. Ну, понятно. Ну, что я могу сказать? А как связаться с этим, с вашим директором, который Владимир?
- С генеральным директором? Ну, я могу уточнить его контактный номер. Просто на данный момент его в кабинете нет, он в разъездах у нас периодически.
- Тут смотрите в чем дело. Вы ведь нарушаете статью 18 Закона о рекламе. Нельзя обзванивать. Ну, без моего письменного согласия, вряд ли оно у вас есть.
- Ну, я звоню на номер, который указан у вас на сайте производителя.
- Логично. Пусть даже если он в свободном доступе, все равно запрещено звонить. Погуглите статью 18 Закона о рекламе.
- Хорошо. Сейчас обязательно изучу.
- Ну, и конечно, можете увольняться или говорить директору, чтобы он вас перевел куда-то в другое место, потому что он заставляет вас, получается, заниматься нелегальной деятельностью, пользуясь тем, что вы не знали, что занимаетесь нелегальной деятельностью. Вот. Разговор записывается. Я думаю, что напишу на вас, наверное, заявление в федеральную антимонопольную службу, это они занимаются этими делами. Пусть он меня как-нибудь наберет, обсудим с ним, чтоб он прекратил этим заниматься. Просто, если вы попадетесь второй раз, а телефонов у меня много, несколько, вы обязательно попадетесь, если не прекратите заниматься, то после второго вашего звонка - все, конец вам.
- Хорошо. Я свяжусь с руководителем и донесу до него информацию.
- Смотрите. От вас только второй звонок на любые из моих номеров - все, пощады не ждите. Я первый раз предупреждаю, второй раз - пишу заявление в ФАС.
- Хорошо. Я вас услышала.
- Все, давайте.
- До свидания».

№2

- «- Алло, добрый день. Меня зовут Екатерина. Скажите, с кем могу пообщаться по вопросу сертификации вашей продукции?
- А вы как называетесь?
- Что? Как я вас нашла?
- Нет. Как вы называетесь?
- «Центр стандартизации», город Санкт-Петербург.
- «Центр стандартизации», да?
- Сайт «нвсерт».
- Как сайт?
- «Нвсерт».
- «Нвсерт»?
- Да, «н», «дабл ю», «эс» как доллар.

- В смысле «дабл ю»? Тут «н», «в» как галочка просто.
- Сейчас, почти посмотрю свою, может, запуталась. Так... Да, галочка, правильно. Да, это я неправильно говорю, вас путаю. Галочка.
- Так. «Nvsert». 8-800-700-33-75 - ваш телефон, да?
- Ну, да, возможно, общий.
- Так. **И что, вы предлагаете услугу сертификации?**
- **Да, услугу по сертификации. Вот, я вижу, вы оборудование выпускаете. Декларации оформляете? На оборудование?**
- Так. И вы хотите помочь нам, чтобы мы у вас сертифицировали?
- Ну, мы предлагаем услугу по оформлению сертификатов, деклараций.
- А, платные в смысле?
- Да, да. Вам требуется?
- Да, я хочу связаться с вашим начальством, чтобы обсудить кое-какие детали. Например, прекращение полное вашего обзвона и мне, и другим людям. Это незаконно. Если ваше начальство не перезвонит, я напишу обращение в федеральную антимонопольную службу. Мне нужны будут доказательства того, что ваше начальство полностью уволило людей, которые звонят, перестало им платить, либо дало вам другую работу, более достойную человека. Вот. Вы зачем устроились на работу, которая нарушает закон?
- А, ваши контакты в открытом доступе.
- Это все равно нарушает закон, даже если контакты в открытом доступе. У вас нет моего письменного согласия на ваши предложения рекламного характера, понимаете? Вы нарушаете закон. Ваши юристы наверняка вам это сказали, ну, просто вы такой человек. Вот на такую работу может устроиться только подлец. Правильно? Неудачник?
- Нет, не правильно.
- Правильно. Вот смотрите. Вы сейчас знаете, что нарушаете закон. Допустим, вы могли сказать, что до этого не знали, но сейчас-то вы знаете? И вы все равно продолжите. А кто так делает?
- Я не могу быть уверенной.
- А давайте проверим. Это легко проверить. Смотрите. Вы в Санкт-Петербурге? Да? Звоните в местное УФАС, отделение ФАС ваше Санкт-Петербургское и спрашиваете: «Вот смотрите, я звоню людям, нахожу их номера в открытом доступе, у меня нет их письменного согласия на рекламные предложения, и я им говорю: «А мы хотим вам помочь сертифицироваться, сертифицируйтесь у нас». Вот все, что вы говорите, один-в-один им скажите и спросите: «Скажите, я нарушаю закон?». Пусть они вам ответят. И вы тогда точно будете знать. Вы так сделаете? Нет, вы так не сделаете.
- Нет.
- Потому что вы и так уже знаете, что вы нарушаете закон. Просто вы лицемерный человек, мелкодушённый, подленький, гниловатый.
- Все. Всего доброго».

В Письме ФАС России от 04.06.2013 №АК/21587/13 «О порядке применения части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» разъяснено, что 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 звонков на абонентский номер <...> 04.07.2022 в 13:04 с абонентского номера +7-812-448-93-73, 09.11.2022 в 10:34 с абонентского номера +7-812-449-92-86 подтверждается детализацией состоявшихся соединений по абонентскому номеру <...>, представленной заявителем (вх.№11664-ЭП/22 от 09.11.2022).

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).

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3 ст.3 Закон о рекламе).

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

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что 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 оба сообщения содержат информацию о конкретном хозяйствующем субъекте, наименование которого озвучено – *«Центр стандартизации»*, а также об услуге, предлагаемой указанным лицом - *услуга по оформлению сертификатов, деклараций*, 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 (Письмо ФАС РФ от 05.04.2007 № АЦ/4624).

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 спорных звонках абонент по имени не назван, в рекламе отсутствует указание о лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых она направлена.

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 [Законоу](#) 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.

ФАС России в письме от 25.06.2013 №АК/24455/13 разъяснила, что 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 рекламируемых услугах не адресованы исключительно заявителю (имя, отчество, фамилия адресата не озвучены), носят обобщенный характер, поскольку сообщения не содержат сведений о какой-либо услуге, которой может воспользоваться исключительно заявитель, и которая предназначалась бы только для него, направлены на формирование и поддержание интереса у неопределенного круга лиц к объекту рекламирования – услуге по оформлению сертификатов и деклараций, оказываемой хозяйствующим субъектом под наименованием «Центр стандартизации», 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 рекламораспространителя.

Фразы лиц, осуществивших звонки, использованные ими в момент звонков: *«Скажите, пожалуйста, по сертификации продукции вашей с кем можно пообщаться?»*, *«Скажите, с кем могу пообщаться по вопросу сертификации вашей продукции?»*, не могут быть признаны отбором согласия на распространение рекламы не только потому, что 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 **рекламораспространитель сам инициирует** взаимодействие с абонентом или адресатом, при этом такая инициация разрешена лишь если потребитель заранее выразил желание получать рекламу от конкретного рекламораспространителя.

Второй способ регулируется **частями 3 и 4 статьи 18** Закона о рекламе, при которых **абонент сам осуществляет действия**, направленные на взаимодействие с рекламораспространителем, 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 (рекламораспространитель 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 рекламораспространителем, 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, **рекламораспространитель и не ставит себе иной конечной цели кроме как сформировать интерес к товару (работе, услуге).**

Обязанность рекламораспространителя 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 абонентских номеров +7-812-448-93-73 и +7-812-449-92-86.

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>, номера, с которых поступила нежелательная реклама +7-812-448-93-73 и +7-812-449-92-86 - принадлежат номерной ёмкости оператора ПАО «ВымпелКом».

ПАО «ВымпелКом» сообщило (вх.№13346-ЭП/22 от 01.12.2022), что абонентом номера 8124489373 по состоянию на 04.07.2022 являлось ООО «НВСЕРТ» (ИНН 6027203312, адрес:

180007, г. Псков, Рижский пр-кт, д. 16, пом. 1001, каб. 9) на основании договора об оказании услуг связи №U08НТ от 01.05.2021.

Абонентом номера 8124499286 по состоянию на 09.11.2022 является ООО «НьюКей» (ИНН 7805751997, адрес: 198097, г. Санкт-Петербург, ул. Трефолева, д. 2, литер Бн, пом. 10н, оф. 334а) на основании договора об оказании услуг связи № TQ214 от 15.08.2022.

На основании вышеизложенного, предполагаемыми рекламодателями спорной рекламы без предварительного согласия абонента на ее получение являются ООО «НВСЕРТ» и ООО «НьюКей», которые несут ответственность за доступ к принадлежащим им абонентским номерам +7-812-448-93-73 и +7-812-449-92-86 соответственно и их использование в целях распространения рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №066/05/18-3983/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: **физическое лицо**,

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

1) **ООО «НВСЕРТ»** (180007, г. Псков, Рижский пр-кт, д. 16, помещ. 1001, кабинет 9, ОГРН: 1206000004484, дата присвоения ОГРН: 07.12.2020, ИНН: 6027203312, КПП: 602701001);

2) **ООО «НьюКей»** (198097, г. Санкт-Петербург, ул. Трефолева, д. 2, литер БН, пом. 10Н офис 334-А, ОГРН: 1197847125728, дата присвоения ОГРН: 30.05.2019, ИНН: 7805751997, КПП: 780501001).

3. Назначить дело к рассмотрению на **27 декабря 2022 г. в 11 час. 00 мин.** (время местное, московское время 09-00) по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314) путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/5338428300>

Руководство участника видеоконференцсвязи размещено по ссылке: <https://sverdlovsk.fas.gov.ru/news/11212>.

Подключение и исправность технических устройств связи необходимо проверить заблаговременно, до начала рассмотрения дела. Документы, подтверждающие полномочие лиц, участвующих в рассмотрении дела, и документы, удостоверяющие их личность, необходимо направить заблаговременно по адресу электронной почты – to66<...>@fas.gov.ru.

5. **ООО «НВСЕРТ»** на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 23 декабря 2022 г.** следующие документы и сведения:

1) копии учредительных документов;

2) копии материалов, подтверждающих получение предварительного согласия абонента <...>на распространение на его абонентский номер рекламы услуг по оформлению сертификатов и деклараций, оказываемых «Центром стандартизации» путем звонка с номера +7-812-448-93-73 (при наличии);

3) сведения о стоимости рекламной кампании;

4) сведения о количестве звонков иным абонентам 04.07.2022 с абонентского номера +7-812-448-93-73 с аналогичным предложением;

5) сведения о том, исключен ли абонентский номер заявителя из базы обзвона в рекламных целях (с приложением подтверждающих материалов, в случае принятия подобных мер);

6) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства, а именно, ч.1 ст.18 Закона о рекламе.

6. **ООО «НьюКей»** на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 23 декабря 2022 г.** следующие документы и сведения:

1) копии учредительных документов;

- 2) копии материалов, подтверждающих получение предварительного согласия абонента <...>на распространение на его абонентский номер рекламы услуг по оформлению сертификатов и деклараций, оказываемых «Центром стандартизации» путем звонка с номера +7-812-449-92-86 (при наличии);
- 3) сведения о стоимости рекламной кампании;
- 4) сведения о количестве звонков иным абонентам 09.11.2022 с абонентского номера +7-812-449-92-86 с аналогичным предложением;
- 5) сведения о том, исключен ли абонентский номер заявителя из базы обзвона в рекламных целях (с приложением подтверждающих материалов, в случае принятия подобных мер);
- 6) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства, а именно, ч.1 ст.18 Закона о рекламе.

Явка лиц, участвующих в деле, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

Управление информирует о возможности представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов (указать номер дела) 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, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).

Председатель Комиссии

<...>