



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**РЕШЕНИЕ**

по делу №066/05/18-3317/2023

Резолютивная часть объявлена 23.10.2023

В полном объеме изготовлено 27.10.2023

27.10.2023

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 08.06.2023 №248/23):

председатель Комиссии

<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии

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

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

при участии:

- заявитель: <...>, извещена, участие не обеспечено;

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

**АО «Автодом»** (125252, г. Москва, ул. Зорге, 17, стр.1, ОГРН: 1077759436336, дата присвоения ОГРН: 27.08.2007, ИНН: 7714709349, КПП: 771401001) – <...> (доверенность от 19.06.2023 №ДЦ-АВД-2023-992),

рассмотрев дело №066/05/18-3317/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения 01.09.2023 в 13:32 на электронный почтовый ящик [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) с электронного почтового ящика [online@e.avtodom.ru](mailto:online@e.avtodom.ru) рекламы услуг компании «Автодом BMW» без согласия адресата на ее получение с признаками нарушения ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

**УСТАНОВИЛА:**

Дело №066/05/18-3317/2023 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 25.09.2022 (исх.№ДШ/19048/23 от 26.09.2023) по итогам рассмотрения заявления <...> (вх.№19234-ЭП/23 от 04.09.2023) и назначено к рассмотрению на 23.10.2023.

Заявитель сообщила (вх.№19234-ЭП/23 от 04.09.2023) о получении 01.09.2023 в 13:32 на электронный почтовый ящик [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) с электронного почтового ящика [online@e.avtodom.ru](mailto:online@e.avtodom.ru) рекламы услуг компании «Автодом BMW» без согласия адресата на ее получение.

**АО «Автодом»** в письменных объяснениях (вх.№22220-ЭП/23 от 11.10.2023), а также представитель при рассмотрении дела сообщили следующее.

01 сентября 2023 года АО «АВТОДОМ» с электронного почтового ящика [online@e.avtodom.ru](mailto:online@e.avtodom.ru) была осуществлена рекламная рассылка об оказываемых услугах. В числе адресатов рассылки действительно фигурировал электронный адрес [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru).

Количество писем в рамках рассылки составило 103 133 клиента.

Стоимость рекламной компании составила 8 250 руб. 64 коп. (08 копеек за каждое письмо).

При проверке клиентской базы Общества, было установлено, что **адрес электронной почты [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) был указан другим клиентом АО «АВТОДОМ»** - <...> при покупке

автомобиля в АО «АВТОДОМ», в том числе для получения рассылки рекламных акций и маркетинговых программ. Указанный факт подтверждается в разделе 6 Дополнительного соглашения от 11.01.2021 к договору купли-продажи автомобиля № 01074601 от 11.01.2021 (далее - Договор КП).

Согласие у <...> для рассылки рекламных акций и маркетинговых программ на адрес [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) было получено АО «АВТОДОМ» в пункте 9.8.1. Договора КП путём подписания Договора КП Клиентом, в т.ч. на странице с согласием на информационные и рекламные рассылки (страницы 7 и 13 Приложения № 1).

После получения от УФАС по Свердловской области определения о возбуждении Дела, Обществом в ходе коммуникации с Клиентом <...> было установлено, что адрес её электронной почты [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) изменился и больше ей не принадлежит. В результате чего **адрес электронной почты [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) был удален из клиентской базы АО «АВТОДОМ»**, что подтверждается перепиской по электронной почте с клиентским отделом Общества и скриншотом карточки клиента <...> из программы «МТ» (Приложения № 2 и № 3 соответственно).

АО «АВТОДОМ» действительно осуществило рекламную рассылку на адрес электронной почты [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru). Но следует отметить, что в действиях Общества не имелось умышленного нарушения законодательства РФ о рекламе, поскольку АО «АВТОДОМ» не располагало сведениями о неактуальности электронной почты клиента <...>. При этом следует отметить, что у <...> Обществом было получено письменное согласие на маркетинговую рассылку и соблюдены требования Закона о рекламе.

На вопрос Комиссии о том, проверялась ли обществом каким-либо образом принадлежность электронного ящика, указанного в договоре, указавшему его физическому лицу, представитель АО «АВТОДОМ» ответила отрицательно, отметив лишь, что у потребителя, подписавшего договор, была возможность обратить внимание на корректность написания адреса ее электронной почты.

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

Материалами дела установлено, что 01.09.2023 в 13:32 на электронный почтовый ящик [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) с электронного почтового ящика [online@e.avtodom.ru](mailto:online@e.avtodom.ru) была распространена информация следующего содержания:

*From: Автодом BMW [mailto:[online@e.avtodom.ru](mailto:online@e.avtodom.ru)]  
Sent: Friday, September 1, 2023 1:32 PM To: [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru)  
Subject: Программное обеспечение в АВТОДОМ BMW? Да!*

*Дилерские центры*

*AVTODOM*

*AVTODOM*

*АВТО*

*МОТО*

*СЕРВИС*

*В ГК АВТОДОМ все онлайн-сервисы для обслуживания автомобилей BMW работают бесперебойно.*

*В дилерских центрах АВТОДОМ BMW работают без перебоев все оригинальные онлайн-сервисы, необходимые для диагностики и обслуживания автомобилей BMW, включая программирование и обновление программного обеспечения.*

*АВТОДОМ BMW использует только оригинальные интеллектуальные решения для программирования и обновления ПО. Никакие возможные ограничения со стороны немецкого автоконцерна не могут повлиять на качество и скорость обслуживания автомобилей, поскольку доступ к сервисам осуществляется через альтернативные каналы. Сервисные центры АВТОДОМ BMW постоянно совершенствуют уровень сервиса, а специалисты стараются предугадывать запросы и потребности клиентов, поэтому компания заблаговременно перешла на использование альтернативных каналов доступа к программному обеспечению.*

*Сергей Плетнев*

*Директор по послепродажному обслуживанию ГК АВТОДОМ*

***Наши клиенты всегда могут пройти все необходимое сервисное обслуживание автомобилей BMW в наших дилерских центрах. Мы готовы к любым сценариям, поэтому у нас в запасе, безусловно, имеются дополнительные резервные каналы доступа к оригинальному программному обеспечению для диагностики и обслуживания автомобилей BMW. Данное ПО позволяет оперативно обнаружить и устранить любую причину поломки, поэтому сроки ремонта в наших сервисных центрах остаются по-прежнему максимально короткими.***

*Мы подготовили лучшие предложения для обслуживания вашего автомобиля BMW. Скругленный прямоугольник: СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ Большое количество автомобилей с пробегом на выбор.*

*Скругленный прямоугольник: АВТО С ПРОБЕГОМ*

*В любое удобное время! Без перерывов и выходных запись на сервис онлайн. Выберите удобное время уже сейчас.*

*Скругленный прямоугольник: ONLINE-ЗАПИСЬ*

***АВТОДОМ***

*Москва*

*ул. Зорге, д. 17*

*ул. Луговая, д. 1, 51-й км МКАД Шмитовский проезд, д. 24А Киевское шоссе, 24-й км, вл. 15В проспект Вернадского, д. 97, стр. 2*

***+7 (495) 500-50-00***

*Санкт-Петербург ул. Стартовая, д. 10 +7 (812) 500-50-00 АВТОДОМ Веб-сайт VK*

*Telegram*

*Автомобили Новые автомобили Автомобили с пробегом Спецпредложения Услуги*

*Сервис и запчасти Страхование Выкуп автомобиля О компании СМИ о нас О группе компаний*


***Контакты***

*Вы получили данное письмо, поскольку являетесь клиентом компании АВТОДОМ.*

*Отписаться от рассылки можно по ссылке.*

*\*Информация о техническом состоянии автомобиля не является его полной диагностикой и имеет рекомендательный характер. Подробнее о техническом состоянии Вашего автомобиля можно узнать, обратившись в официальный дилерский центр BMW АВТОДОМ.*

**Программное обеспечение в АВТОДОМ BMW? Да!**  
 Автодом BMW <online@e.avtodom.ru>  
 При наличии проблем с отображением этого сообщения щелкните здесь, чтобы просмотреть его в веб-браузере.  
 Отправлено: Пт 01.09.2023 13:32  
 Кому: lovkina@mail.ru



**В ГК АВТОДОМ все онлайн-сервисы для обслуживания автомобилей BMW работают бесперебойно.**

В дилерских центрах **АВТОДОМ BMW** работают без перебоев все оригинальные онлайн-сервисы, необходимые для диагностики и обслуживания автомобилей BMW, включая программирование и обновление программного обеспечения.

**АВТОДОМ BMW** использует только оригинальные интеллектуальные решения для программирования и обновления ПО. Никакие возможные ограничения со

Дополнительные сведения: Автодом BMW.

Активация Wi

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, осуществляющего деятельность под наименованием - *АВТОДОМ BMW*, описано существо предлагаемых услуг (*диагностика и обслуживание автомобилей BMW*), приведены контактные данные, что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект и его услуги, сформировать к нему интерес с целью его продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя.

Кроме того, по своему содержанию информация, доведенная до заявителя посредством электронных писем, 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 адресат по имени не назван.

Спорные сведения о рекламируемых услугах **носят обобщенный характер**, 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 – услугам *компании «Автодом BMW»*, **представляют интерес для неопределенного круга лиц**, в связи с чем является 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 **рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено.**

**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 рекламораспространителя. 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 рекламораспространителя.**

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

Для признания надлежащим факта получения рекламораспространителем 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.

<...> указала, что согласия на распространение рекламы на принадлежащий ей электронный почтовый ящик [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) с электронного почтового ящика [online@e.avtodom.ru](mailto:online@e.avtodom.ru) не давала, доказательства обратного в материалы дела не представлены. Указание иным физическим лицом – клиентом АО «Автодом» адреса электронной почты [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) в договоре в качестве контактного для направления на него рекламных материалов, и не осуществление АО «Автодом» своевременной проверки принадлежности данного адреса электронной почты указавшему его лицу (например, путем направления на электронную почту проверочного кода), не свидетельствует о предоставлении его истинным владельцем согласия на распространение рекламы на данный адрес и соблюдении рекламораспространителем требований ч.1 ст.18 Закона о рекламе.

Следовательно, спорная реклама распространена без согласия владельца электронной почты [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) <...> на ее получение в нарушение требований ч.1 ст.18 Закона о рекламе.

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

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

Согласно данным сайта [www.nic.ru](http://www.nic.ru) регистратором доменного имени avtodom.ru является ООО «Регистратор доменных имен РЕГ.РУ».

**ООО «Регистратор доменных имен РЕГ.РУ»** сообщило (вх.№19979-ЭП/23 от 13.09.2023), что администратором домена avtodom.ru с 01.07.2022 по настоящее время является **АО «Автодом»** (ИНН: 7714709349).

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 направлением 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 (**Постановление Верховного Суда Российской Федерации от 24.04.2015 №305-АД15-2693**).

Таким образом, рекламораспространителем является администратор домена avtodom.ru и владелец электронного почтового ящика [online@e.avtodom.ru](mailto:online@e.avtodom.ru) АО «Автодом», которое несет ответственность за доступ к принадлежащему ему электронному почтовому ящику 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.

АО «Автодом» указало, представив соответствующий скриншот, о внесении изменений в наименование электронного почтового адреса клиента <...>, исключающем направление на адрес <...> [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) рекламы АО «Автодом», доказательства обратного заявителем не представлены, 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 рекламораспространителем 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.

Учитывая установленные ч.1 ст.37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения 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 услуг компании «Автодом BMW», распространенную 01.09.2023 в 13:32 на электронный почтовый ящик [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru) с электронного почтового ящика [online@e.avtodom.ru](mailto:online@e.avtodom.ru), ненадлежащей, нарушающей требования ч.1 ст.18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена без предварительного согласия адресата на получение рекламы.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Свердловского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

4. **Законному представителю АО «Автодом»** (125252, г. Москва, ул. Зорге, 17, стр.1, ОГРН: 1077759436336, дата присвоения ОГРН: 27.08.2007, ИНН: 7714709349, КПП: 771401001) (защитнику) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **27 ноября 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.

**АО «Автодом»** 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 ([tob6@fas.gov.ru](mailto:tob6@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](mailto: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 <...>

<...>