Доклад

**Выявление фактов недостоверной и недобросовестной рекламы**

**в 2020 -2022 году**

В 2021 году поступило 55 (в 2020 – 46) заявлений по нарушению законодательства о рекламе.

По 31 заявлениям возбуждены дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (в 2020 - 24 дела).

Основными видами нарушений в рассматриваемый период являлись:

- отсутствие существенной информации в рекламе;

- реклама, распространяемая по сетям электросвязи без согласия абонента;

- отсутствие в рекламе существенной информации;

- введение потребителя в заблуждение рекламой финансовых услуг;

- нарушение условий рекламирования медицинских услуг.

В результате выявления фактов нарушения закона о рекламе в 2021 году возбуждено 17 (в 2020 году –37) дел об административных правонарушениях.

По 8 делам штрафные санкции заменены предупреждениями. По 6 нарушениям виновные лица привлечены к административной ответственности на 522 тыс. рублей (в 2020 - 528 тыс. рублей).

Снижение административных санкций связано с изменением ответственности для субъектов малого и среднего бизнеса.

Во 2 полугодии 2022 года поступило 16 заявлений, из них 6 о незаконной СМС рассылке и звонках; 6 заявлений содержат указания на недостоверный характер рекламируемых услуг; по 4 обращениям указывается на превышение ограничения объема рекламы на радио. По 8 заявлениям признаки нарушения законодательства о рекламе подтвердились, возбуждено и принято 6 решений о нарушении, 2 дела в стадии рассмотрения.

**Примеры рассмотренных дел.**

1. **"НОМЕР Кострома"**

11.02.2020 г. по результатам рассмотрения материалов о рекламе финансовых услуг ПАО "Сбербанк" возбуждено производство по делу по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении редакции издания "НОМЕР Кострома".

В информационно-рекламном издании "НОМЕР Кострома" (Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ТУ44-00057 от 18 января 2010 года) от 10 октября 2019 года на 68-69 страницах размещена статья "Регистрировать бизнес стало удобнее":

"Не так давно «Сбербанк» и АО «Деловая среда» запустили новый сервис — «Регистрация бизнеса и дистанционное открытие счета».

Это дистанционный онлайн-сервис, который позволяет зарегистрировать ООО (с одним учредителем) и индивидуальных предпринимателей по принципу «не выходя из дома». Теперь можно не ходить в банк, в налоговую инспекцию и к нотариусу. Кроме того, электронно-цифровая подпись создается в приложении автоматически. Являясь учредителем и директором в одном лице, сегодня можно зарегистрировать свое ИП или ООО удаленно.

Что нужно, чтобы воспользоваться таким сервисом:

- логин и пароль для входа в «Сбербанк Онлайн»;

- паспорт гражданина РФ;

- СНИЛС;

- смартфон с ОС Android 5.0+ или iOS 11.0+;

- услуга доступна для граждан старше 18 лет;

- при такой регистрации может быть выбрана общая или упрощенная система налогообложения (ОСН или УСН).

Какие плюсы:

- при электронной регистрации не нужно платить госпошлину;

- предприниматель экономит денежные средства, поскольку открытие счета бесплатно, а специальный тариф «Легкий старт» предлагается владельцам бизнеса без ежемесячной абонентской платы;

- учредителю ООО теперь не требуется личный визит в ФНС, нотариусу и в банк для открытия счета;

- готовая типовая форма устава нового предприятия приходит на электронную почту;

- регистрация бизнеса занимает 30-40 минут;

- срок регистрации юридического лица в регистрирующем органе составляет три рабочих дня. Раньше для регистрации бизнеса предприниматель лично обращался в ИФНС и осуществлял оплату госпошлины. Только после получения необходимых документов на регистрацию собственник обращался в банк для открытия счета.

Как воспользоваться сервисом:

- данную услугу можно получить через официальных партнеров банка в г. Кострома, г. Шарья, г. Мантурово, г. Нерехта. В ближайшее время будет доступен в г. Галич и г. Буй. В перспективе, воспользоваться данным сервисом будет возможно в каждом районном центре нашей области.

Подробнее с информацией о сервисе дистанционной регистрации бизнеса и открытии смета можно ознакомиться на сайте «Деловой среды» www.rbo.dasreda.ru, ПАО «Сбербанк».

ПАО "Сбербанк" Генеральная лицензия Банка России №1481 от 11.08.2015".

Статья содержит информацию о специальном тарифе ведения счёта ПАО "Сбербанк» «Легкий старт» и условия, что по данному тарифу открытие счёта является бесплатным, а ведение счёта владельцам бизнеса предоставляется без ежемесячной платы.

Данная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, вследствие чего является рекламой в силу понятия реклама, данного в статье 3 Закона о рекламе.

Отношения в сфере рекламы, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Законом о рекламе.

Целями названного Закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 Закона о рекламе).

Согласно п. 2 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ "О защите конкуренции" финансовая услуга - это банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и(или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Таким образом, к финансовым услугам относят услуги, оказываемые банками.

Принимая во внимание содержание информации, размещенной на 68-69 страницах информационно-рекламного издания "НОМЕР Кострома" от 10 октября 2019 года, указанная реклама является рекламой банковских услуг. В рассматриваемой рекламе банковской услугой является открытие и ведение банковских счётов юридических лиц и физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Федерального закона "О рекламе" реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В соответствии с п. 1 ст. 845 ГК по договору банковского счета банк обязуется принимать и зачислять поступающие на счет, открытый клиенту (владельцу счета), денежные средства, выполнять распоряжения клиента о перечислении и выдаче соответствующих сумм со счета и проведении других операций по счету.

Рекламодатель указал, что по тарифу "Легкий старт" открытие счёта является бесплатным, а ведение счёта владельцам бизнеса предоставляется без ежемесячной платы, однако не указал существенные условия использования счёта по тарифу о размерах взимаемой банком комиссии за платежи и переводы, зачисление денежных средств на расчётный счёт.  Таким образом данная реклама умалчивает о существенных условиях ведения счёта по тарифу и вводит в заблуждение воспользовавшихся услугами лиц о сумме расходов, которую они понесут.

Таким образом, рассматриваемая Реклама содержит нарушения требований, установленных частью 7 статьи 5 и пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона "О рекламе".

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона "О рекламе" ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона "О рекламе", несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Материалы дела переданы для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Штраф уплачен.

1. **Газета «Город 44»**

Костромским УФАС России в ходе рассмотрения заявления гражданина было установлено следующее: в номере № 49 газеты «Город 44» от 11.12.2019 г. распространялась реклама: на странице 6 реклама медицинских услуг (стоматология «Блик») (далее – Реклама № 1), на странице 6 реклама Фитнес-клуба «Пульс» (далее – Реклама № 2), на странице 7 реклама медицинского центра «EVAMED» (далее – Реклама № 3), на странице 7 реклама «Донер Кебаб» (далее – Реклама № 4), с признаками нарушения Закона о рекламе.

Учредителем газеты «Город44» является ИП З.

Отношения в сфере рекламы, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Законом о рекламе.

В пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе содержится понятие рекламы как информации, распространяемой любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Из материалов дела следует, что объекты рекламирования определила ИП З.

Реклама № 1 следующего содержания: «Профилактика, отбеливание, лечение, УДАЛЕНИЕ и ПРОТЕЗИРОВАНИЕ. Открылась современная стоматология «Блик». Шарья, Центр, Октябрьская 23. 8(4942)63-21-07 и 8-958-188-97-97».

Из смысла текста, доступного для потребителей рассматриваемой рекламы следует, что размещенная на странице 6 газеты «Город 44» реклама медицинских услуг направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – удаление и протезирование зубов, то есть к медицинским услугам, и лицу ее оказывающую – стоматология «Блик».

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно части 4 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

В пункте 22 Постановления Пленума высшего арбитражного суда РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» указано, согласно части 7 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств и медицинских услуг должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказания к их применению.

Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной Приказом Министерства здравоохранения РФ от 13.10.2017 № 804н. В данном перечне указаны такие медицинские услуги, как например:

|  |  |
| --- | --- |
| A16.07.001 | Удаление зуба |
| A16.07.001.001 | Удаление временного зуба |
| A16.07.001.002 | Удаление постоянного зуба |
| A16.07.001.003 | Удаление зуба сложное с разъединением корней |
| A16.07.006 | Протезирование зуба с использованием имплантата |
| A16.07.023 | Протезирование зубов полными съемными пластиночными протезами |

В данной рекламе медицинских услуг отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к их применению, необходимости получения консультации специалистов.

Исходя из понятия рекламы, она предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении без специальных усилий и применения специальных средств.

Вышеуказанная информация направлена на привлечение внимания к медицинским услугам, формирует и поддерживает интерес потребителей к конкретным услугам, следовательно, является рекламой медицинских услуг.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Отсутствие в рекламе части существенной информации не позволяет потребителям правильно и адекватно воспринимать рекламную информацию, чем нарушает их права на получение достоверной информации.

Комиссия Костромского УФАС России приходит к выводу, что реклама № 1 распространяется с нарушением части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Реклама № 2 следующего содержания: «Фитнес-клуб ПУЛЬС. Кинезиотерапия – остехондроз, болезни суставов, высокое давление останутся в прошлом! – опытный тренер, мед работник. Шарья, И. Шатрова, 12 8-910-371-70-33».

Из смысла текста, доступного для потребителей рассматриваемой рекламы следует, что размещенная на странице 6 газеты «Город 44» реклама медицинских услуг направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – кинезиотерапии, то есть к медицинским услугам, и лицу ее оказывающую – фитнес-клубу «Пульс».

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно части 4 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

В пункте 22 Постановления Пленума высшего арбитражного суда РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» указано, согласно части 7 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств и медицинских услуг должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказания к их применению.

Кинезиотерапия является одной из форм лечебной физкультуры.

Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной Приказом Министерства здравоохранения РФ от 13.10.2017 №804н. В данном перечне указаны такие медицинские услуги, как например:

|  |  |
| --- | --- |
| A19.04.001 | Лечебная физкультура при заболеваниях и травмах суставов |
| A19.04.001.001 | Индивидуальное занятие лечебной физкультурой при заболеваниях и травмах суставов |
| A19.04.001.002 | Групповое занятие лечебной физкультурой при заболеваниях и травмах суставов |
| A19.04.001.012 | Лечебная физкультура с биологической обратной связью при заболеваниях и травмах суставов |
| A19.04.001.023 | Лечебная физкультура с использованием аппаратов и тренажеров при заболеваниях и травмах суставов |
| A19.05.001 | Лечебная физкультура при заболеваниях системы органов кроветворения и крови |
| A19.05.001.001 | Индивидуальное занятие лечебной физкультурой при заболеваниях системы органов кроветворения и крови |
| A19.05.001.004 | Лечебная физкультура с биологической обратной связью при заболеваниях системы органов кроветворения и крови |
| A19.05.001.005 | Лечебная физкультура с использованием аппаратов и тренажеров при заболеваниях системы органов кроветворения и крови |
| A19.10.001 | Лечебная физкультура при заболеваниях сердца и перикарда |
| A19.10.001.001 | Индивидуальное занятие лечебной физкультурой при заболеваниях сердца и перикарда |
| A19.10.001.002 | Групповое занятие лечебной физкультурой при заболеваниях сердца и перикарда |
| A19.10.001.003 | Лечебная физкультура с биологической обратной связью при заболеваниях сердца и перикарда |
| A19.10.001.004 | Лечебная физкультура с использованием тренажеров при заболеваниях сердца и перикарда |

В данной рекламе медицинских услуг отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к их применению, необходимости получения консультации специалистов.

Исходя из понятия рекламы, она предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении без специальных усилий и применения специальных средств.

Вышеуказанная информация направлена на привлечение внимания к медицинским услугам, формирует и поддерживает интерес потребителей к конкретным услугам, следовательно, является рекламой медицинских услуг.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Отсутствие в рекламе части существенной информации не позволяет потребителям правильно и адекватно воспринимать рекламную информацию, чем нарушает их права на получение достоверной информации.

Комиссия Костромского УФАС России приходит к выводу, что реклама № 2 распространяется с нарушением части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Реклама № 3 следующего содержания: «EVAMED медицинский центр медицинские анализы, гинеколог, узи, терапевт 8(910)950 03 03, далее нечитаемый шрифт, имеются противопоказания требуется консультация специалиста лицензия № ЛО-44-01 001049 от 14 ноября 2018 г.».

Из смысла текста, доступного для потребителей рассматриваемой рекламы следует, что размещенная на странице 7 газеты «Город 44» реклама медицинских услуг направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – медицинские анализы, гинеколог, узи, терапевт, то есть к медицинским услугам, и лицу ее оказывающую – медицинскому центру «EVAMED».

Согласно пункту 46 части 1 статьи 12 Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» лицензированию подлежит медицинская деятельность (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»).

В соответствии с пунктом 7 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Согласно данным Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения в лицензии № ЛО-44-01-001049 отсутствует такой вид работы и услуги как «медицинские анализы».

В нарушение данной правовой нормы в рекламе медицинского центра «EVAMED» содержится информация о оказании медицинских услуг по медицинским анализам с отсутствием соответствующей лицензии на данный вид деятельности.

Комиссия Костромского УФАС России приходит к выводу, что реклама № 3 распространяется с нарушением пункт 7 статьи 7 Закона о рекламе.

Реклама № 4 следующего содержания: «Приглашаем всех в новый Донер Кебаб! Попробуй: вкуснейшую шаурму, горячий сочный шашлычок, быстро, вкусно и недорого! Шарья привокзальная площадь, на месте магазина Садко».

Из смысла текста, доступного для потребителей рассматриваемой рекламы следует, что размещенная на странице 7 газеты «Город 44» реклама направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – «вкуснейшей шаурме» и лицу ее оказывающую – «Донер Кебаб».

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о контрактной системе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;.

Постановлением Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» отмечается следующее.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Из рассматриваемой рекламы следует, что «вкуснейшая шаурма» производится только у данного продавца («Донер Кебаб»). В рекламе отсутствует конкретный критерий, по которому осуществлялось сравнение и который имеет объективное подтверждение, сравнения с другими продавцами (производителями) шаурмы.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о контрактной системе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Комиссия Костромского УФАС России приходит к выводу, что реклама № 4 распространяется с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пояснениям, ИП З., тексты объявлений и картинки брала из социальных сетей, договоров и документов на распространение данной информации не оформлялось и не выписывалось, доходов от этого не получала.

Согласно статье 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет частью 7 статьи 24 настоящего Федерального закона, несет рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, за нарушение пункта 7 статьи 7 и части 7 статьи 24 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

ИП З. является и рекламодателем и рекламораспространителем.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама не соответствующая требованием законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Как следует из указанных выше норм права, определяя содержание рекламы, рекламодатель обязан предоставить для последующего распространения надлежащую информацию, содержание которой соответствует требованиям законодательства о рекламе.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Реклама признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Закона о рекламе. Выдано обязательное для исполнения предписание об устранении выявленных нарушений.

Материалы дела переданы для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Штраф уплачен.

1. **ООО «Учебный центр»**

В адрес Костромского УФАС России поступило заявление физического лица по факту получения телефонного звонка следующего содержания:

«-Ало, Ало.

- Добрый день.

- Здравствуйте.

-Валерий, меня зовут Денис, вот почему звоню, хотел бы ознакомить Вас с удобным сервисом, который поможет Вам финансово развиваться, Вы что-нибудь знаете про финансовые рынки?

- Вы хотели что-то предложить?

- Я ничего не покупаю, ничего не продаю, речь идет про финансовые рынки, что-нибудь слышали про то, что люди инвестируют в акции, валюту, золото, нефть?

-Понятно, реклама снова, жалоба на предоставления рекламы без моего согласия будет направлена в центральную антимонопольную службу сегодня.

- Ну давай, пожалуйся еще Папе Римскому, Валерьюшка, хорошо?

- Ну, я думаю, когда придет штрафик на сто тысяч Вы не обрадуетесь.

- И в лигу сексуальных меньшинств позвони тоже, тебя ждут.

-Обязательно, хорошо, договорились».

Указанная информация является рекламой в силу пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Согласно данной норме под рекламой 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.

Объектом рекламирования в данном случае являются услуги московского правового центра.

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

Согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было однозначно идентифицировать такого абонента (простое заполнение бланка/формы, не позволяющее однозначно установить и подтвердить, кто именно заполнил такую форму, не является соблюдением указанного требования).

Как сообщается заявителем, им такого согласия какому-либо лицу не давалось. Следовательно, данное обстоятельство указывает на признаки нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 г. № 126-ФЗ «О связи» абонентом является пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Гражданин не давал своего согласия на получение вышеуказанной рекламы.

ООО «Учебный центр» явку своего представителя на рассмотрение дела не обеспечил, а также не представил пояснений и доказательств подтверждающих законность его действий.

При рассмотрении дела не были представлены доказательства получения согласия абонента на получение вышеуказанной рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Закона о рекламе реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Таким образом, бремя доказывания получения предварительного согласия абонента лежит на рекламораспространителе.

Ответственность за нарушение требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе несет рекламораспространитель (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

Абонентский номер, с которого совершался рекламный звонок, принадлежит ООО «Спиднет» (ИНН 7722394942), на основании договора № TQ509 от 09.07.2019 г. на оказание услуг связи.

Между ООО «Спиднет» и ООО «Учебный центр» заключен договор №11012 на предоставление услуг связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации посредством использования сети «Интернет».

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Учебный центр» (ИНН 0277947401), поскольку именно данный хозяйствующий субъект осуществляет фактическое доведение информации рекламного характера до Заявителя путем осуществления звонка.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, рекламораспространителем ООО «Учебный центр» при распространении по сетям электросвязи посредством телефонного звонка на телефонный номер абонента рекламы, нарушены требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена без предварительного согласия абонента.

Материалы дела переданы уполномоченному должностному лицу Костромского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**4. ООО «Наше радио»**

Костромским УФАС России в ходе рассмотрения заявления гражданина было установлено следующее: в период с 30.07.2020 г. по 31.07.2020 г. в эфирах программы СМИ «Планета звука» и «Авторадио» распространялись рекламные ролики:

- 30.07.2020 г. 09:15, 14:15 и 31.07.2020 г. в 09:15, 14:15 рекламы «Альянс-Авто-Шарья» (Реклама № 1);

- 30.07.2020 г. в 07:45, 09:15, 10:15, 12:15, 14:45, 15:15, 16:15, 17:15, 18:15, 19:15 рекламы магазина «КанцПарк» (Реклама № 2).

Отношения в сфере рекламы, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Законом о рекламе.

Согласно части 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Реклама № 1 следующего содержания: «Комфортная, функциональная и безопасная LADA 4x4, от 572 тысяч 900 рублей на специальных условиях в июле! «Альянс-Авто-Шарья» - официальный дилер LADA. Телефон 5-30-30, код города 49-449. Акция действует до 31 июля 2020 года».

Согласно части 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В данный рекламный ролик нарушает положения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, так как в нем не указаны характеристики рекламируемого товара (комплектация автомобиля для приобретение его на специальных условиях).

Реклама № 2 следующего содержания: «Каникулы каникулами, а работу и школу никто не отменял! Спешим в «КанцПарк»! Ведь у нас новое поступление тетрадей, прописей, рюкзаков, канцелярских принадлежностей для учебы, офиса и творчества! А при покупке от 1000 рублей вы можете участвовать в акции «меняем чеки на подарки» и выиграть призы! Собираемся в школу вместе с «КанцПарк», Свободы, 6, ТЦ «Радужный». Акция действует с 3 марта по 31 декабря 2020 года. Информацию об организаторе, правила проведения розыгрыша и условия получения призов уточняйте на сайте vk.com/kanzpark или у продавца «КанцПарк»»

Как указывает Заявитель фраза «Информацию об организаторе, правила проведения розыгрыша и условия получения призов уточняйте на сайте vk.com/kanzpark или у продавца «КанцПарк» звучит с такой скоростью, что без специального программного обеспечения разобрать слова не представляется возможным.

В силу статьи 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны сроки проведения данного мероприятия, а также источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

Названные нормы обязывают рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию).

Кроме того, нормы упомянутой статьи Закона о рекламе применяются к стимулирующим мероприятиям, условием участия в которых является приобретение определенного товара и которые проводятся на конкурсной основе с розыгрышем призов или получением выигрышей.

В пункте 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Комиссия, прослушав представленную аудиозапись, пришла к выводу, что часть Рекламы № 2, а именно, предложения «Информацию об организаторе, правила проведения розыгрыша и условия получения призов уточняйте на сайте vk.com/kanzpark или у продавца «КанцПарк»» записаны в ускоренном темпе, таким образом, что время произношения фраз сокращено. В результате указанная информация проговаривается слишком быстро и неразборчиво. В связи с чем, данная часть текста Рекламы № 2 фактически является не доступной для восприятия потребителем. Следовательно, указанную информацию надлежит признавать отсутствующей.

Согласно части 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В Рекламе № 2, распространенной в эфире радиоканала, стимулирующей потребителей приобретать товары в магазине «КанцПарк» с целью получения в обмен на чек от 1000 рублей подарка, отсутствует часть существенной информации об источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

В Рекламе № 2 четко озвучены только привлекательные для потенциального потребителя рекламы условия. Другие условия, сформированные рекламой и являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями.

Таким образом, Реклама № 2 нарушает часть 7 статьи 5, пункт 2 статьи 9 Закона о рекламе

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 9 несет рекламораспространитель, а за нарушения части 7 статьи 5, статьи 9 – рекламодатель.

В материалах дела отсутствуют документы и доказательства указывающие на иное лицо, кроме как ООО «Наше радио» определившее содержание спорных рекламных роликов.

Таким образом, рекламодателем и рекламораспространителем указанной рекламы является ООО «Наше радио».

Таким образом, в действиях ООО «Наше радио» имеются признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Реклама общества с ограниченной ответственностью «Наше радио», размещенную в эфирах программы СМИ «Планета звука» и «Авторадио» в период с 30.07.2020 г. по 31.07.2020 г. признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе.

Общество привлечено к административной ответственности.

**5. ООО «Ломбард Волжский бриллиант»**

Костромским УФАС России в ходе рассмотрения материалов проверки ГУ Центрального банка РФ по Центральному федеральному округу г. Москвы было установлено следующее: на территории города Костромы распространялись рекламные листовки, содержащие информацию о скупке золота и серебра, а также о продаже новых ювелирных изделий ломбардом, с признаками нарушения Закона о рекламе.

Под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4 статьи 3 Закона о рекламе).

Объектом рекламирования в данном случае являются услуги ООО «Ломбард Волжский бриллиант» (ИНН 4401097741), а именно деятельность по скупке золота и серебра, а также о продаже новый ювелирных изделий ломбардом.

Согласно части 1 статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» ломбардом является юридическое лицо, зарегистрированное в форме хозяйственного общества, сведения о котором внесены в государственный реестр ломбардов в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным законом и нормативным актом Банка России, и основными видами деятельности которого являются предоставление краткосрочных займов гражданам (физическим лицам) под залог принадлежащих им движимых вещей (движимого имущества), предназначенных для личного потребления, и хранение вещей.

В соответствии с частью 3 статьи 2 Закона № 196-ФЗ ломбард вправе ежедневно с 8 до 23 часов по местному времени принимать в залог и на хранение движимые вещи (движимое имущество), принадлежащие заемщику или поклажедателю и предназначенные для личного потребления, за исключением вещей, изъятых из оборота, а также вещей, на оборот которых законодательством Российской Федерации установлены соответствующие ограничения.

При этом согласно части 4 статьи 2 Закона № 196-ФЗ Ломбарду запрещается заниматься какой-либо иной предпринимательской деятельностью, кроме предоставления краткосрочных займов гражданам под залог движимых вещей (движимого имущества), принадлежащих заемщику и предназначенных для личного потребления, хранения вещей, сдачи в аренду (субаренду) недвижимого имущества, принадлежащего ломбарду на праве собственности (аренды, субаренды), осуществления деятельности банковского платежного агента, а также оказания консультационных и информационных услуг.

Как следует из материалов дела ООО «Ломбард Волжский бриллиант» в силу части 1 статьи 2 Закона № 196-ФЗ является ломбардом и поднадзорен ГУ Банка России по Центральному федеральному округу.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ основным видом деятельности общества является деятельность по предоставлению ломбардами краткосрочных займов под залог движимого имущества.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

Согласно рекламной листовке ООО «Ломбард Волжский бриллиант» осуществляет свою деятельность по адресу: г. Кострома, ул. Костромская, д. 99. Из содержания рекламной листовки следует, что ломбард осуществляет деятельность по скупке золота и серебра, а также продаже новых ювелирных изделий.

При этом согласно действующему законодательству данную деятельность ООО «Ломбард Волжский бриллиант» осуществлять не вправе.

Таким образом, рекламная листовка может ввести потребителя в заблуждение относительно возможности осуществления ломбардом деятельности по скупке золота и серебра, а также продаже новых ювелирных изделий.

Таким образом, реклама, размещаемая в рекламных листовках ООО «Ломбард Волжский бриллиант» содержит признаки нарушения части 1 статьи 5, пункта 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Ломбард Волжский бриллиант» (ИНН 4401167452).

Таким образом, действия ООО «Ломбард Волжский бриллиант» (ИНН 4401167452) нарушают часть 1 статьи 5, пункт 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Реклама ООО «Ломбард Волжский бриллиант» (ИНН 4401167452), распространенную на рекламных листовках, признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 5, пункта 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Рассматривается вопрос о привлечении общества и его должностных лиц к административной ответственности.

**6. ООО «Денежный обоз»**

Костромским УФАС России в ходе рассмотрения материалов проверки ГУ Центрального банка РФ по Центральному федеральному округу г. Москвы было установлено следующее: в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте http//ruscash.su размещается информация о деятельности ООО МКК «Денежный обоз» (ИНН 4401167452), о деятельности Автоломбарда по предоставлению кредита под залог автомобиля, либо под залог паспорта транспортного средства, с признаками нарушения Закона о рекламе.

С 21.12.2020 г. ООО МКК «Денежный обоз» поменял свое наименование на ООО «Денежный обоз».

02.02.2021 г. ООО «Денежный обоз» на основании решения Центрального банка РФ исключено из государственного реестра микрофинансовых организаций.

Отношения в сфере рекламы, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Законом о рекламе.

Целями названного Закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (статья 1 Закона о рекламе).

В пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе содержится понятие рекламы как информации, распространяемой любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Указанная информация является рекламой в силу пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Согласно данной норме под рекламой 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.

Под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4 статьи 3 Закона о рекламе).

Объектом рекламирования в данном случае являются услуги ООО МКК «Денежный обоз» (ИНН 4401167452), а именно деятельность автоломбарда по предоставлению кредита под залог автомобиля, либо под залог паспорта транспортного средств.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 2 Федерального закона от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» (далее Закон № 151-ФЗ).

- микрофинансовая деятельность - деятельность юридических лиц, имеющих статус микрофинансовой организации, а также иных юридических лиц, имеющих право на осуществление микрофинансовой деятельности в соответствии со статьей 3 настоящего Федерального закона, по предоставлению микрозаймов (микрофинансирование);

- микрофинансовая организация - юридическое лицо, которое осуществляет микрофинансовую деятельность и сведения о котором внесены в государственный реестр микрофинансовых организаций в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным законом. Микрофинансовые организации могут осуществлять свою деятельность в виде микрофинансовой компании или микрокредитной компании;

- микрозаем - заем, предоставляемый займодавцем заемщику на условиях, предусмотренных договором займа, в сумме, не превышающей предельный размер обязательств заемщика перед займодавцем по основному долгу, установленный настоящим Федеральным законом;

В соответствии с пунктом 2.1 статьи 3 Закона № 151-ФЗ микрофинансовые организации вправе осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в порядке, установленном Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)».

Согласно пункту 3 части 1 статьи 9 Закона № 151-ФЗ микрофинансовые организации вправе осуществлять наряду с микрофинансовой деятельностью иную деятельность с учетом ограничений, установленных настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами и учредительными документами, в том числе оказывать иные услуги, а также выдавать иные займы юридическим лицам и физическим лицам по договорам займа, исполнение обязательств по которым обеспечено ипотекой, с учетом ограничений, установленных статьей 12 настоящего Федерального закона, и иные займы юридическим лицам, являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства или имеющим статус микрофинансовой организации, кредитного потребительского кооператива, сельскохозяйственного кредитного потребительского кооператива, ломбарда, а также юридическим лицам, являющимся аффилированными лицами микрофинансовой организации, в порядке, установленном федеральными законами и учредительными документами.

Деятельность по предоставлению иных займов не относится к микрофинансовой и должна отражаться в учредительных документах микрофинансовой организации, а также соответствовать требованиям действующего законодательства.

Частью 1 статьи 6.1 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» установлен исчерпывающий перечень организаций, которые вправе осуществлять деятельность по предоставлению ипотечных займов физическим лицам в целях, не связанных с осуществлением ими предпринимательской деятельности.

Согласно подпункту а пункта 11 части 1 статьи 12 Закона 151-ФЗ микрофинансовая организация не вправе выдавать займы физическому лицу в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, обязательства заемщика по которым обеспечены залогом (за исключением случаев, когда учредителем (акционером, участником) микрофинансовой организации, предоставляющей заем, является Российская Федерация, субъект Российской Федерации, муниципальное образование) жилого помещения заемщика и (или) иного физического лица - залогодателя по такому займу.

Как отмечает ГУ Банка России по Центральному федеральному округу ООО «Денежный обоз» является микрокредитной компанией в понимании пункта 2.2 части 1 статьи 2 Закона №151-ФЗ (сведения внесены в реестр микрофинансовых организаций от 25.03.2016 г. № 001603034007709).

В информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте http//ruscash.su размещается информация о деятельности ООО «Денежный обоз» (ИНН 4401167452), согласно которой круглосуточный Автоломбард в Волгограде предлагает гражданам кредит под залог автомобиля, либо под залог паспорта транспортного средства, при этом если деньги получены под залог автомобиля, то транспортное средство помещается на специальную стоянку, а если под залог паспорта транспортного средства, то остается у владельца.

Согласно положениям статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» (далее – Закон № 196-ФЗ) ломбардом является юридическое лицо, зарегистрированное в форме хозяйственного общества, сведения о котором внесены в государственный реестр ломбардов в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным законом и нормативным актом Банка России, и основными видами деятельности которого являются предоставление краткосрочных займов гражданам (физическим лицам) под залог принадлежащих им движимых вещей (движимого имущества), предназначенных для личного потребления, и хранение вещей.

Частью 7 статьи 2.6 Закона № 196-ФЗ установлено, что ломбард должен иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Ломбард вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) на иностранных языках. Полное фирменное наименование и (при наличии) сокращенное фирменное наименование ломбарда должны содержать слово "ломбард" и указание на его организационно-правовую форму.

При этом, ООО «Денежный обоз» не имеет в своем наименовании слова «ломбард». Выписка из ЕГРЮ не содержит сведений об осуществлении обществом деятельности по ОКВЭД 64.92.6 «Деятельность по предоставлению ломбардами краткосрочных займов под залог движимого имущества».

Согласно статье 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Кроме того, в силу части 14 статьи 28 Закона о рекламе, если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается.

22.01.2021 г. от ООО «Денежный обоз» в адрес управления поступили пояснения по делу, согласно которым общество прекратило микрокредитную деятельность и 02.02.2021 г. на основании решения Центрального Банка РФ общество исключено из государственного реестра микрофинансовых организация.

Таким образом, реклама, размещаемая в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте http//ruscash.su ООО «Денежный обоз» содержит признаки нарушения статьи 7, части 14 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 7, части 14 статьи 28 несет рекламодатель.

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Денежный обоз» (ИНН 4401167452).

Таким образом, действия ООО «Денежный обоз» (ИНН 4401167452) нарушают статью 7, часть 14 статьи 28 Закона о рекламе.

Реклама ООО «Денежный обоз», распространенную в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте http//ruscash.su, признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования статьи 7, части 14 статьи 28 Закона о рекламе.

**7. ПК «Социальный капитал»**

В Костромское УФАС России поступили на рассмотрение материалы проверки ГУ Центрального банка РФ по Центральному федеральному округу г. Москвы. Материалами установлено следующее: в выпуске №21 от 27.05.2020 г, № 22 от 03.06.2020 г., № 23 от 10.06.2020 г., № 24 от 17.06.2020 г., № 25 от 24.06.2020 г., № 26 от 01.07.2020 г., № 28 от 15.07.2020 г., № 28 от 22.07.2020 г. газеты «Костромской край рекламные объявления Потребительского кооператива строительных инноваций «Социальный капитал» (ИНН 7604358641), о принятии сбережений граждан по ставке до 18 % годовых следующего содержания: «По левой стороне рекламного объявления большим шрифтом «принимаем сбережение граждан ставка до 18,00 %\* годовых, в правом верхнем углу графическое изображение схожее с силуэтами людей, ниже надпись «Социальный капитал», ниже «потребительский кооператив», ниже номер телефона (4942) 467-503, ниже адрес г. Кострома, ул. Советская, 97, ниже мелким шрифтом «\*ПК «Социальный капитал». Деятельность потребительского кооператива осуществляется в соответствии с федеральным законом от 19.06.1992 г. № 3085-1-ФЗ «О потребительской кооперации». ИНН 7604358641, КПП 760401001, ОГРН 11976270118467. Юридический адрес: 150054, г. Ярославль, пр-т Ленина, д. 50, пом. 2. Членами потребительского кооператива могут быть юридические лица, физические лица достигшие возраста 18 лет. Членство в кооперативе несет дополнительные расходы. Членский взнос 120 рублей на полгода, 240 рублей на год, 480 рублей на 2 года. Паевой взнос 100 рублей, и он возвращается при выходе из кооператива. Вступительный взнос 20 рублей. Сбережения от 10 % до 18 % годовых на срок от 6 до 24 месяцев с учетом капитализации. Минимальная вносимая сумма – 1000 рублей. Максимальная 3 500 000 рублей. Предусмотрена капитализация или ежемесячное снятие процентов (по выбору пайщика). Существует возможность пополнения от 1000 рублей. Сбережения принимаются только от пайщиков кооператива. Возможно досрочное расторжение договора под 0,35 % годовых. Полученные физическими лицами доходы облагаются НДФЛ в соответствии НК РФ. Иных условий, влияющих на стоимость займа, не предусмотрено. Подробнее с условием можно ознакомится в нашем офисе по адресу: г. Кострома, ул. Советская, 97 или по телефону (4942) 467-503. Не является публичной офертой. На правах рекламы.», с признаками нарушения Закона о рекламе.

Указанная информация является рекламой в силу пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Согласно данной норме под рекламой 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.

Под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4 статьи 3 Закона о рекламе).

Объектом рекламирования в данном случае являются услуги по принятию сбережений граждан ПК «Социальный капитал».

В силу части 14 статьи 28 Закона о рекламе, если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается.

Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе установлен, что не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно позиции, содержащейся в пункте 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» «если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования».

Из текста и содержания рекламы следует, что ПК «Социальный капитал» принимает сбережения граждан по ставке до 18,0 % годовых, при этом объектом рекламирования выступают услуги по привлечению денежных средств граждан на платной основе (сбережение граждан).

Поскольку объектом рекламируемого товара является привлечение денежных средств, для осуществления подобного рода деятельности требуется соответствующая регистрация. До ее реализации юридическое лицо не имеет право привлекать денежные средства у граждан.

В соответствии с Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

В пункте 1 статьи 116 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что потребительским кооперативом признается основанное на членстве добровольное объединение граждан или граждан и юридических лиц в целях удовлетворения их материальных и иных потребностей, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов.

Правовые, экономические и социальные основы создания и деятельности потребительских обществ и их союзов, составляющих потребительскую кооперацию Российской Федерации, определены Законом РФ от 19.06.1992 № 3085-1 «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» (далее – Закон о потребительской кооперации).

Абзацем 20 статьи 1 Закона о потребительской кооперации участие в хозяйственной деятельности потребительского общества определено как приобретение товаров в потребительском обществе, пользование услугами потребительского общества, поставки сельскохозяйственных продукции и сырья потребительскому обществу и (или) иное участие в хозяйственных операциях в качестве потребителя или поставщика.

В рекламе указано, что Потребительский кооператив строительных инноваций «Социальный капитал» осуществляет свою деятельность на основании Закона о потребительской кооперации.

Таким образом, участие в хозяйственной деятельности потребительского общества, в соответствии с Законом о потребительской кооперации, не предполагает основной целью привлечение денежных средств.

Согласно данным ЕГРЮЛ основным видом деятельности Потребительского кооператива строительных инноваций «Социальный капитал» (ИНН 7604358641) указан код «94.99 Деятельность прочих общественных организаций, не включенных в другие группировки (94.99)».

Между тем, фактически, исходя из содержания рекламы, следует, что основной целью является привлечение денежных средств граждан во вклады под максимальную допустимую законом ставку по сбережениям.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимание потенциальных потребителей к финансовой услуге, которую вправе оказывать в данном случае кредитный потребительский кооператив, либо иная финансовая организация, понятие которой закреплено в пункте 6 статьи 4 Закона о защите конкуренции.

Согласно сведениям, опубликованным на официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Банка России (https://cbr.ru) Потребительский кооператив строительных инноваций «Социальный капитал» (ИНН 7604358641) не является кредитной или не кредитной финансовой организацией.

Как следует из пояснений ПК «Социальный капитал» вклады они принимают только от членов потребительского кооператива.

Согласно статье 5 Закона РФ от 19.06.1992 № 3085-1 «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» (далее – Закон РФ № 3085-1) потребительские кооперативы вправе привлекать заемные денежные средства пайщиков и других лиц, а также осуществлять в установленном порядке кредитование и авансирование пайщиков.

Вместе с тем, согласно статье 1 Закона РФ № 3085-1 потребительское общество - это добровольное объединение граждан и (или) юридических лиц, созданное, как правило, по территориальному признаку, на основе членства путем объединения его членами имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной, производственной или иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов.

Таким образом, привлечение заемных средств от пайщиков возможно в потребительском обществе в целях поддержки основных видов деятельности кооператива (торговой, заготовительной, производственной или иной).

Деятельность потребительских кооперативов осуществляется в интересах только членов данного объединения в рамках целей и задач, определенных данным законом и не предполагает размещения денежных средств под проценты в фонды финансовой взаимопомощи.

Осуществление потребительским кооперативом такой деятельности на постоянной основе и получение от указанной деятельности дохода предполагает профессиональную деятельность на финансовом рынке, которая подлежит лицензированию либо внесению в государственные реестры.

Однако исходя из текста рекламы следует, что информация о том, что сбережения принимаются только от членов потребительского кооператива указана мелким нечитаемым шрифтом.

Таким образом, Комиссия Костромского УФАС России приходит к выводу, что данная информация в рекламе отсутствует, следовательно, ПК «Социальный капитал» рекламирует финансовую услугу по привлечению денежных средств граждан по ставке 18, 0 % годовых, не имея на это специального разрешения (лицензии).

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 несет рекламодатель.

Рекламодателем указанной рекламы является Потребительский кооператива строительных инноваций «Социальный капитал» (ИНН 7604358641).

Таким образом, в действиях Потребительский кооператива строительных инноваций «Социальный капитал» (ИНН 7604358641) имеются нарушения части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Закона о рекламе.

Рекламу Потребительского кооператива строительных инноваций «Социальный капитал» (ИНН 7604358641), распространенную в газете «Костромской край», признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Закона о рекламе.

**8. АО «Банк Русский Стандарт»**

В адрес Костромского УФАС России поступило заявление физического лица, (заявитель, абонент), по факту получения заявителем 03.02.2021 года в 09:40 час. на номер +7… рекламного звонка с номера +74951363805.

К заявлению приложена аудиозапись телефонного разговора следующего содержания (далее - рекламный звонок):

«Автоответчик:

– Снизили проценты. Для Вас предложения на самых выгодных условиях от Банка Русский Стандарт. Позвольте рассказать Вам подробнее о предложении, для этого нажмите 1. Если Вы хотите просто уточнить условия предложения нажмите 2.

Для улучшения качества обслуживания разговор может быть записан.

Оператор:

– Ало, здравствуйте?

Абонент:

- Здравствуйте.

Оператор:

– Банк Русский Стандарт, меня зовут Наталья, Вам удобно разговаривать?

Абонент:

- Да, удобно.

Оператор:

– Не отвлекаю?

Абонент:

- Нет, не отвлекаете.

Оператор:

- Спасибо, от нашего банка есть предложение для Вас в виде кредитования наличными и только двумя документами. Потребуется паспорт и СНИЛС. Никаких справок о доходах не потребуется.

Абонент:

- угу.

Оператор:

– Актуально такое предложение?

Абонент:

- Спасибо, откуда у Вас мой номер?

Оператор:

- Мы позвонили Денису Александровичу. Верно попали?

Абонент:

- нет, не верно.

Оператор:

- Ошиблись номером…

Абонент:

- Я уже просил удалить мой номер из вашей базы обзвона, вы постоянно мне звоните.

Оператор:

- Сейчас посмотрим тогда, извините за беспокойство, до свидания.

Абонент:

- до свидания.»

Как сообщается заявителем, им согласия какому-либо лицу не давалось на получение такой рекламы.

Данное обстоятельство указывает на признаки нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

По результатам рассмотрения указанного обращения принято решение о возбуждении дела в отношении АО «Банк Русский Стандарт» по признакам нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», о чем вынесено соответствующее определение.

В соответствии с положениями статей 33 и 36 Закона о рекламе антимонопольный орган в пределах своих полномочий возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные Федеральным законом.

В соответствии с пунктами 1, 2 статьи 3 Закона о рекламе - это 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 (пункт 1). Объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама (пункт 2).

Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

Из аудиозаписи телефонного разговора следует, что оператором заявителю была распространена информация, которая содержит все правовые признаки рекламы.

Объектом рекламирования в данном случае являются финансовые услуги (кредиты), а также сам банк АО «Банк Русский Стандарт», как лицо оказывающие такие услуги.

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

Согласие абонента не получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было однозначно идентифицировать такого абонента (простое заполнение бланка/формы, не позволяющее однозначно установить и подтвердить, кто именно заполнил такую форму, не является соблюдением указанного требования).

Из содержания пункта 15 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" следует, что Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Аналогичная позиция содержится в письме ФАС России от 11.11.2019 № ДФ/98054/19 «О надлежащих доказательствах при выявлении нарушения требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Согласно представленных операторами связи сведений рекламный звонок осуществлен с абонентского номера, выделенного АО «Банк Русский Стандарт».

Согласно п. 1 ст. 819 ГК РФ по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты за пользование ею, а также предусмотренные кредитным договором иные платежи, в том числе связанные с предоставлением кредита.

Учитывая изложенное, реклама АО «Банк Русский Стандарт» является рекламой финансовых услуг.

В материалы дела от АО «Банк Русский Стандарт» поступили пояснения, согласно которым сотрудник банка ошибся в наборе номера. У банка отсутствовал умысел нарушать нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, и банк не имел цели звонить абоненту, не входящему в список лиц – клиентов банка, которые не давали своего согласия на получение рекламы.

Банк указывает, что в настоящее время на номер заявителя не направляется какой-либо рекламной информации

В соответствии с пунктом 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 г. № 126-ФЗ «О связи» абонентом является пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Заявитель, являясь абонентом номера +7…, не давал своего согласия на получение вышеуказанной рекламы.

Ответственность за нарушение требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе несет рекламораспространитель (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является АО «Банк Русский Стандарт» (ИНН 7707056547 ОГРН 1027739210630, 105187, Москва, Ткацкая ул., 36).

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, рекламораспространителем при распространении по сетям электросвязи посредством телефонного звонка, поступившего 03.02.2021 года в 09:40 час. на номер +7 … рекламного звонка с номера +74951363805, рекламы, нарушены требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена без предварительного согласия абонента.

Распространение рекламы означает момент, когда реклама становится доступной для восприятия потребителя; местом совершения правонарушения будет являться территория субъекта Российской Федерации, на которой была распространена (доведена до потребителя) реклама. При этом определение субъекта Российской Федерации, на территории которого совершено правонарушение, должно осуществляться путем установления принадлежности абонентского номера к диапазону номеров, выделенному оператору сотовой связи на территории конкретного субъекта Российской Федерации.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи (http://www.rossvyaz.ru), абонентский номер банка АО «Банк Русский Стандарт» входит в диапазон номеров, выделенный оператору сотовой связи ПАО «ВымпелКом»; абонентский номер заявителя входит в диапазон номеров, выделенный оператору сотовой связи ООО «Скартел». Заявитель проживает в г. Костроме.

Следовательно, субъектом Российской Федерации, на территории которого были распространены (доведены до потребителя) рекламы, является Костромская область.

Реклама АО «Банк Русский Стандарт» (ИНН 7707056547 ОГРН 1027739210630, 105187, Москва, Ткацкая ул., 36), распространенную 03.02.2021 года в 09:40 час. с телефонного номера +74951363805 на телефонный номер абонента +7… признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Возбуждено дело об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**9. ООО МКК «Биллум»**

В адрес Костромского УФАС России поступило обращение гражданина (Заявитель) по факту получения 21.01.2021 г. в 16 час. 16 мин. им с абонентского номера +7(920)380-66-77 телефонного звонка, в ходе осуществления которого Заявителю, предлагалось обратиться за займом в новый офис Общества с ограниченной ответственностью микрокредитная компания «Биллум» (ООО МКК «Биллум»).

ООО МКК "Биллум" является юридическим лицом, действующим на основании устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 20.06.2018 г. за основным государственным регистрационным номером 1183525020788, ИНН/КПП 3525426524/440101001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования финансовой услуге.

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 силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

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.

В распространенной рекламе отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Текст рекламы не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

Резюмируя изложенное, Комиссия установила, что рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Данная информация направлена на привлечение внимания к финансовым услугам, имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению.

В материалы дела не представлено доказательств осуществления рекламного звонка исключительно на телефонный номер одного физического лица - заявителя.

Таким образом, на основании вышеизложенного, Комиссия установила, что информация, распространенная посредством осуществления на номер телефона +7 … телефонного звонка, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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

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

Однако 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.

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.

Комиссия Костромского УФАС России считает необходимым 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.

Более того, распространение рекламной информации посредством сетей электросвязи (телефонного звонка) предполагает со стороны рекламораспространителя определение абонентов, которым должен быть совершен телефонный звонок.

При этом, исходя из части 1 статьи 18 Закона о рекламе согласие на получение рекламы должно быть получено именно от абонента телефонного номера.

Более того, как было указано выше, согласие абонента должно быть выражено в форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Таким образом, не имея данных об абоненте, которому выделен телефонный номер, лицо, осуществляющее распространение рекламы, не имело возможности удостоверится в том, что собеседником в телефонном разговоре является именно владелец телефонного номера, а не какое-либо иное лицо, а равно, что абонент желал поступление такого телефонного звонка.

Как сообщается заявителем, им такого согласия какому-либо лицу не давалось. Следовательно, данное обстоятельство указывает на признаки нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Из письменных пояснений ООО МКК «Биллум» также следует, что ООО МКК «Биллум» не имеет согласия на получение рекламы.

Ответственность за нарушение требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе несет рекламораспространитель (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламораспространитель не имел предварительного согласия абонента на получение рекламы посредством использования телефонного связи.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение на телефонный номер +7… рекламы посредством телефонного звонка поступившего 21.01.2021 в 16:16 с номера+7 (920)380-66-77, с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе, является ненадлежащим.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несет рекламораспространитель.

Таким образом, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

Абонентский номер +7(920)-380-66-77, с которого совершался рекламный звонок, выделен ООО Микрокредитная компания «Биллум» (ИНН 3525426524, ОГРН 1183525020788) на основании договора об оказании услуг связи от 26.11.2019 г.

На основании изложенного, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО Микрокредитная компания «Биллум» (ИНН 3525426524, ОГРН 1183525020788) .

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, незаконной по способу распространения потребителю, ООО МКК "Биллум" не представлено.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года N 1922 (далее - Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Костромского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО "Биллум" предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Реклама ООО МКК «Биллум», распространенную 21.02.2021 в 14 час. 14 мин по сетям электросвязи посредством телефонного звонка с телефонного номера +7(920)380-66-77 на телефонный номер абонента +7…, признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Рассматривается вопрос о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**10. Компания «ОТК»**

В адрес Костромского УФАС России поступило заявление физического лица по факту получения 19.06.2021 г. в 12 час 00 мин заявителем – абонентом номера +7 … с абонентского номера +7(495)481-09-17 телефонного звонка следующего содержания:

«- Алло

- Алло, здравствуйте!

- Меня зовут Дарья, администратор компании «ОТК». Хочу пригласить вас на бесплатное мероприятие в честь открытия медицинского массажного центра в городе Оса. Там вы сможете абсолютно бесплатно пройти сеанс расслабляющего и оздоровительного массажа на нашем новейшем японском оборудовании, а затем оставить свой отзыв и получить от нас подарок автомобильный видеорегистратор. Встреча состоится 24 июня в четверг в городе Оса. Так вот, встреча абсолютно бесплатная и продлится около полутора часов. На ней ведущий специалист в области массажа покажет чудодейственные приемы и гибкость позвоночника. Вы сможете задать любой вопрос нашим специалистам абсолютно бесплатно. Мы приглашаем гостей от 35 до 75 лет. И, кстати, вы сможете взять с собой еще одного человека, чтобы вам было более веселее. Начало мероприятия в 11.00. Подскажите пожалуйста, ваш личный номер телефона, на который я смогу отправить смс-сообщение с точным адресом и деталями нашей встречи.

- До свидания»

Поступление указанной рекламы подтверждается аудиозаписью телефонного разговора, содержащий текст рассматриваемого сообщения, а также детализированной выпиской, представленной оператором связи.

В соответствии со статьей 3 ФЗ "О рекламе" рекламой является 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. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно статье 3 ФЗ "О рекламе" в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Федеральной антимонопольной службой России в письме от 05.04.2007 № АЦ/4624 разъяснено, что 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.

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" информация, распространяемая 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Указанная выше информация полностью подпадает под определение, данное в статье 3 Закона о рекламе, поскольку содержит информацию, распространяемую посредством телефонной связи, адресованную неопределенному кругу лиц, то есть, не персонифицированную, и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Объектом рекламирования являются услуги медицинского массажного центра.

В соответствии с частью 1 статьи 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.

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.

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.

При этом, исходя из части 1 статьи 18 Закона о рекламе согласие на получение рекламы должно быть получено именно от абонента телефонного номера.

Более того, согласие абонента должно быть выражено в форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Как сообщается заявителем, им такого согласия какому-либо лицу не давалось. Доказательств обратного в материалы дела не представлено. Следовательно, данное обстоятельство указывает на признаки нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе несет рекламораспространитель (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламораспространитель не имел предварительного согласия абонента на получение рекламы посредством использования телефонного связи.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Распространение на телефонный номер +7 … рекламы посредством телефонного звонка поступившего 19.06.2021 в 12:00 с номера +7(495)481-09-17, с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе, является ненадлежащим.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

В соответствии с материалами, имеющимися в распоряжении Костромского УФАС России, абонентский номер +7(495)481-09-17, с которого совершался рекламный звонок, выделен физическому лицу А. на основании договора об оказании услуг связи.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 (далее - Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама распространялась.

А. признан нарушившим часть 1  статьи 18 Закона о рекламе при распространении на телефонный номер +7 … рекламы посредством телефонного звонка. Ему выдано обязательное для исполнения предписание об устранении выявленных нарушений.

Возбуждено дело об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**11. ООО «Медстарт»**

В адрес Костромского УФАС России поступило заявление физического лица по факту получения 07.05.2021 г. в 10 час. 33 мин. заявителем – абонентом номера +7 … с абонентского номера +7(906)276-03-35 телефонного звонка следующего содержания:

«- Только для граждан Российской Федерации от 40 до 75 лет центр пластической хирургии приглашает на бесплатную УЗИ диагностику сосудов, вен и артерий. Если вы хотите узнать подробнее нажмите любую цифру.

- Регистратор медцентра добрый день.

- Добрый день, а не подскажете, откуда у вас моё согласие на получение маркетинговых звонков?».

Указанная информация является рекламой в силу пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Согласно данной норме под рекламой 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.

Объектом рекламирования в данном случае являются медицинские услуги по диагностике сосудов, вен и артерий.

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

Согласие абонента не получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было однозначно идентифицировать такого абонента (простое заполнение бланка/формы, не позволяющее однозначно установить и подтвердить, кто именно заполнил такую форму, не является соблюдением указанного требования).

Как сообщается заявителем, им такого согласия какому-либо лицу не давалось. Следовательно, данное обстоятельство указывает на признаки нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 г. № 126-ФЗ «О связи» абонентом является пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Гражданин Н., являясь абонентом номера +7 …, не давал своего согласия на получение вышеуказанной рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Закона о рекламе реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Таким образом, бремя доказывания получения предварительного согласия абонента лежит на рекламораспространителе.

Ответственность за нарушение требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе несет рекламораспространитель (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

В соответствии с материалами, имеющимися в распоряжении Костромского УФАС России, абонентский номер +7(906)276-03-35, с которого совершался рекламный звонок, принадлежит ООО «Медстарт» (ИНН 9705148362) , на основании договора № 782000357 от 12.02.2021 г. на оказание услуг связи.

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Медстарт» (ИНН 9705148362), поскольку именно данный хозяйствующий субъект осуществляет фактическое доведение информации рекламного характера до Заявителя путем осуществления звонка.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, рекламораспространителем ООО «Медстарт» (ИНН 9705148362) при распространении по сетям электросвязи посредством телефонного звонка, поступившего 07.05.2021 г. в 10 час. 33 мин. с телефонного номера +7(906)276-03-35 на телефонный номер абонента +7 … рекламы, нарушены требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена без предварительного согласия абонента.

Реклама ООО «Медстарт» (ИНН 9705148362), распространенная 07.05.2021 г. в 10 час. 33 мин. по сетям электросвязи посредством телефонного звонка признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Возбуждено дело об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**13. ООО «СМС-Центр»**

В адрес Костромского УФАС России 11.06.2021 года поступило обращение гражданина Ш. (далее - Заявитель) о распространении рекламы по сетям электросвязи без предварительного согласия абонента.

11.06.2021 года в 07:24 Заявитель на свой абонентский номер +7… получил смс-сообщение, отправленное от zaimm365.ru следующего содержания:

" ПЕРВЫЙ ЗАЙМ ДЛЯ ВСЕХ - БЕСПЛАТНО! До 30 000 рублей-zaimw.ru/C1d\_nrW ".

Вышеуказанная реклама была распространена по сетям электросвязи без предварительного согласия гр. Ш. на получение рекламы.

Установлено, следующее:

Абонентский номер заявителя принадлежит оператору мобильной связи ООО "Т2 Мобайл", в соответствии с договором об оказании услуг связи от 29.10.2015 года.

11.06.2021 года в 07:24 в адрес заявителя направлено сообщение рекламного характера от zaimm365.ru, что подтверждается представленной ООО "Т2 Мобайл" детализацией смс-сообщений.

Также, согласно представленной информации, отправка данного смс-сообщения с буквенным обозначением "zaimm365.ru" осуществлено, ООО "СМС-Центр", на основании договора от 01.06.2015 года. ООО «СМС-Центр» представил объяснения по делу №044/05/18-349/2021, согласно которым сообщение на номер Заявителя было передано Заказчиком рассылки Обществом с ограниченной ответственностью «Севен Технолоджи» в рамках договора от 01.09.2018 г., заключенного между ООО «СМС-Центр» - «Исполнитель» и ООО «Севен Технолоджи» - «Заказчик».

ООО "Севен Технолоджи" пояснило, что обеспечило доступ к своему програмному обеспечению ИП Б. в рамках исполнения Договора от 01 октября 2020 г. Технологически ИП Б. подключен к платформе ООО "Севен Технолоджи" через протокол SMPP 3.4, который не подразумевает какую-либо проверку СМС-сообщений, их получателей, а только пересылает СМС-сообщения, сформированные Заказчиком по указанным Заказчиком в своих аппаратно-программных комплексах номерам. Рассылка всех СМС-сообщений инициируется Заказчиком, ООО "Севен Технолоджи" не участвует в определении получателя, содержания, времени отправки, круга получателей смс-рассылки, а также иных характеристик рассылки СМС-сообщений, и выполняет исключительно технологическую функцию: предоставляет техническую платформу и услуги связи для их формирования и отправки третьим лицам, при этом сообщения могут носить информационный, рекламный и любой другой характер. При этом ООО "Севен Технолоджи" не знает и не может знать содержание рассылаемых сообщений ввиду части 2 ст. 23 Конституции РФ и ст. 63 ФЗ "О связи".

Деятельность ООО "Севен Технолоджи" ведется в соответствии с лицензией на оказание телематических услуг связи № 179894 от 14.09.2018 г. и заключается в приеме, обработке, хранении, передаче, доставке сообщений электросвязи (п. 32 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2013 г. № 126-ФЗ "О связи") с использованием технологической системы (п. 24 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2013 г. № 126-ФЗ "О связи"). При этом, в соответствии с пунктом 68 постановления Правительства Российской Федерации от 10.09.2007 N 575 "Об утверждении Правил оказания телематических услуг связи", оператор связи не несет ответственности за содержание информации, передаваемой (получаемой) абонентом и (или) пользователем при пользовании телематическими услугами связи. Кроме того, в соответствии с п. 2 письма Федеральной антимонопольной службы № АК/16266 от 28.04.2011, поставщик услуг связи (телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи), который только обеспечил подключение к сети электросвязи и не осуществляет непосредственно распространение рекламы, рекламораспространителем не является.

ООО "Севен Технолоджи" утверждало, что не участвует в определении получателя, содержания, времени отправки, круга получателей смс-рассылки, а также иных характеристик рассылки СМС-сообщений, выполняло исключительно технологическую функцию и не является рекламораспространителем в понимании Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе", вследствие чего не может быть привлечено к ответственности за нарушение требований статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе".

13.10.2021 года, в адрес Костромского УФАС России поступила информация от ИП Б., в соответствии с которой личные данные владельца абонентского номера +7… были введены Пользователем на сайте zaimm365.ru в ходе заполнения анкеты. Передача сообщений по контактным данным Пользователя невозможна без его согласия на обработку и передачу персональных данных.

Исследовав материалы дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Костромского УФАС России пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из текста вышеуказанного сообщения, в котором содержится предложение воспользоваться финансовыми услугами по получению потребительских займов, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования – финансовой услуги займ.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 N 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 силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

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.

В распространенной рекламе отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Текст рекламы не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

Резюмируя изложенное, Комиссия установила, что рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Данная информация направлена на привлечение внимания к финансовым услугам, имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению.

Таким образом, на основании вышеизложенного, Комиссия установила, что информация, распространенная посредством осуществления отправки смс-сообщения на номер телефона Заявителя, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного смс-сообщения; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с частью 1 статьи 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.

В соответствии с письмом ФАС России от 11.11.2019 № ДФ/98054/19 "О надлежащих доказательствах при выявлении нарушения требований части 1 статьи 18 Федерального закона "О рекламе", Федеральный закон "О рекламе" возлагает обязанность доказывания факта наличия согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи на рекламораспространителя.

При этом согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было не только однозначно идентифицировать такого абонента, но и подтвердить волеизъявление данного абонента на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя (пункт 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58).

Так, по мнению ФАС России, согласие, полученное посредством заполнения каких-либо форм на сайтах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", не позволяющих однозначно установить, кто именно дал согласие на получение рекламы, является ненадлежащим и влечет нарушение указанного требования статьи 18 Федерального закона "О рекламе", поскольку не позволяет подтвердить волеизъявление конкретного абонента на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

В свою очередь, 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.

В материалы дела № 044/05/18-349/2021 представлено Согласие на обработку персональных данных клиентов - физических лиц, которое содержит условия о том, что заявитель, оставляя заявку на интернет-сайте https://zaimm365.ru, принимает Согласие на обработку персональных данных ИП Б. с целью обработки входящих запросов физических лиц, оказания консультирования и услуг, аналитики действий физического лица на веб-сайте и функционирования веб-сайта, проведение рекламных и новостных рассылок, а также согласие на обработку и хранение персональных данных, указанных в Форме обратной связи и в процессе регистрации на сайте в соответствии с условиями настоящего согласия. Одновременно дается согласие на то, чтобы Компания или иные лица по ее поручению отправляли сообщения, в том числе рекламного характера или иную информацию иного содержания на номер телефона или адрес электронной почты или с использованием иных средств связи, указанных в Форме или при регистрации на Сайте. Данное Согласие может быть отозвано путем направления письменного заявления ИП Б.

Комиссия Костромского УФАС России, изучив представленное согласие на обработку персональных данных, анкеты, отмечает, что указанные материалы содержат ФИО заявителя и номер телефона, при этом, не содержат иных идентифицирующих сведений личности заявителя.

Исходя из вышеизложенного, Комиссия Костромского УФАС России пришла к выводу, что реклама, поступившая на телефонный номер +7… от отправителя «zaimm365.ru», была направлена в отсутствие надлежащего согласия абонента на ее получение. Лицами, участвующими в деле, как распространителями данной рекламы, надлежащих доказательств наличия такого согласия не представлено. В свою очередь, обязанность доказывания того, что абонент согласился на получение рекламы, лежит именно на них.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту граждан как наиболее слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях от получения нежелательной рекламы, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Таким образом, учитывая особое внимание законодателя к распространению рекламы посредством сетей электросвязи и установленным правилам для возможности ее направления абонентам, следует руководствоваться более жесткими требованиями и в каждом конкретном случае учитывать именно наличие прямого согласия абонента на получение рекламы.

Положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности распространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы.

На основании вышеизложенного Комиссия Костромского УФАС России посчитала, что поступившая 11.06.2021 года в 07:24 на телефонный номер +7(926)365-05-89 от отправителя «zaimm365.ru» посредством смс-сообщений реклама: "ПЕРВЫЙ ЗАЙМ ДЛЯ ВСЕХ - БЕСПЛАТНО! До 30 000 рублей-zaimw.ru/C1d\_nrW ", нарушает положения части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 указанного закона, несет рекламораспространитель.

Согласно пунктам 1 и 35 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 года N 126-ФЗ "О связи" (далее - Закон 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 звонков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

В соответствии с частью 2 статьи 44.1 Закона о связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи по инициативе заказчика осуществляется на основании договора, заключенного с оператором подвижной радиотелефонной связи, абоненту которого предназначена рассылка. Предметом указанного договора являются услуги по осуществлению рассылки оператором связи.

Данная норма закрепляет положение, согласно которому лица, участвующие в непосредственном доведении смс-сообщений до конечных получателей, совместными последовательными действиями обеспечивают направление сообщения в сеть электросвязи, в конечном итоге доводя сообщение до оператора подвижной радиотелефонной связи, абоненту которого предназначена рассылка.

Следовательно, для приобретения законного права на направление абоненту рекламы лицо должно сначала получить такое согласие, а только потом осуществлять рассылку абоненту.

Комиссией Костромского УФАС России в ходе рассмотрения дела № 044/05/18-349/2021 установлено, что лицами, участвующими в непосредственном доведении рассматриваемой рекламы до заявителя, являются ООО "Севен Технолоджи", ИП Б., что подтверждается договорными отношениями между указанными выше лицами.

Предметом Договора от 01.10.2020 года, заключенного между ООО "Севен Технолоджи" (по договору - Исполнитель) и ИП Б. (по договору - Заказчик) является предоставление исполнителем по поручению заказчика услуг:

- по представлению Заказчику через личный кабинет доступа к коммуникационной платформе Исполнителя (КПИ - аппаратно-программный комплекс), для технического осуществления передачи телематических электронных сообщений, содержащих информационные и/или рекламные материалы Заказчика (информацию о самом Заказчике или о представленных Заказчиком услугах), формируемых и отправляемых Заказчиком, до СМСЦ Операторов для дальнейшей отправки смс-сообщений Заказчика Абонентам,

- по оказанию информационно-технического обслуживания: обработке трафика и разделению его по операторам, установление принадлежности абонентского номера к какому-либо оператору по базе перенесенных номеров, технической поддержке.

Согласно пункту 3.1.3 Договора Заказчик обязался самостоятельно определять объект (предмет) рассылки, а также содержание Сообщения, получателя, время рассылки.

Обязуется не инициировать отправку сообщений, которые будут соответствовать определению СПАМ. В частности, сообщения, согласие Абонента на получение которых у Заказчика отсутствует, объявляются СПАМом.

Исходя из положений, указанного выше договора, следует, что стороны приняли на себя обязанность по соблюдению требований законодательства Российской Федерации, в том числе законодательства о рекламе, при распространении рекламных сообщений, а также по осуществлению отправки сообщений только тем пользователям, которые выразили свое согласие на их получение.

Согласно статьи 309 ГК РФ обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований - в соответствии с обычаями делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

В соответствии с частью 1 статьи 8 ГК РФ гражданские права и обязанности возникают из оснований, предусмотренных законом и иными правовыми актами, а также из действий граждан и юридических лиц, которые хотя и не предусмотрены законом или такими актами, но в силу общих начал и смысла гражданского законодательства порождают гражданские права и обязанности. В этой связи гражданские права и обязанности возникают, в том числе, из договоров.

Исходя из материалов настоящего дела, указанная реклама распространялась на основании заключенного договора.

Анализ упомянутых положений договора свидетельствует, что распространение СМС-сообщений осуществляется путем их передачи последовательно в целях непосредственного доведения таких сообщений до их конечных получателей.

Таким образом, каждое лицо, участвующее в распространении сообщения, является неотъемлемой частью правоотношений, складывающихся в процессе передачи СМС-сообщений конечным потребителям. Отсутствие любого из них в этих правоотношениях сделает распространение указанных сообщений невозможным.

Кроме того, исходя из положений договора, следует, что субъекты приняли на себя обязанность по соблюдению требований законодательства Российской Федерации, в том числе законодательства о рекламе, при распространении рекламных сообщений, а также по осуществлению отправки сообщений только тем пользователям, которые выразили свое согласие на их получение.

В этой связи действия лиц, участвующее в распространении сообщения, противоречат ранее приведенным положениям договоров и, кроме того, не имеют правового значения, поскольку данные лица были осведомлены о цели использования предоставляемых ими услуг, а именно о рассылке СМС-сообщений информационного и рекламного характера неопределенному кругу лиц.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту граждан как наиболее слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях от получения нежелательной рекламы, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Желание лиц, участвующих в распространении сообщения, получать обусловленную договором плату за оказание услуг по передаче СМС-сообщений, в том числе рекламного характера, и при этом избегать ответственности за нарушение законодательства о рекламе при их передаче представляет собой исключительное злоупотребление правом, которое в силу части 2 статьи 10 ГК РФ не подлежит защите.

Кроме того, согласно части 1 статьи 2 Гражданского кодекса Российской Федерации, предпринимательская деятельность, направленная на систематическое извлечение, прибыли осуществляется субъектом на свой риск. Право общества на осуществление предпринимательской деятельности не должно нарушать права и интересы лица, не изъявившего желание получать рекламные сообщения.

В соответствии с условиями Договора от 01.10.2020 года, в том числе установлено:

Исполнитель вправе, запросить у заказчика документы и информацию, указанные пунктом 3.1.6. Договора (пункт 3.4.3. Договора).

В соответствии с пунктом 3.1.6. договора, в случае запроса исполнителя, в течение 2 (двух) календарных дней с момента направления такого запроса, заказчик обязуется, в том числе предоставить документы, подтверждающие предварительное согласие абонента на получение смс-сообщений заказчика, документы, подтверждающие соответствие формируемых заказчиком смс-сообщений действующему законодательству Российской Федерации, в том числе законодательству в области охраны персональных данных.

Не принимать сообщения к отправке, а также немедленно приостановить или прекратить оказание Услуг в случае обнаружения признаков нарушения Заказчиком требований п. 3.1. настоящего Договора и/или действующего законодательства Российской Федерации, в том числе при поступлении запросов от партнеров Исполнителя, операторов и/или контролирующих органов, а также в случае расторжения абонентского договора Абонента с Оператором.

При этом, каких-либо доказательств невозможности, либо попыток, ООО "Севен Технолоджи" предварительного выяснения у лица, передающего сообщения, факта наличия согласия абонента на получение рекламы в материалы дела не представлены.

На основании изложенного, учитывая то обстоятельство, что действия по непосредственному доведению СМС-сообщений до их конечных получателей осуществлены лицами, участвующими в деле, а также то, что они были осведомлены относительно передаваемых сообщений и о цели оказания ими соответствующих услуг, в данном случае имеются все основания считать ООО "Севен Технолоджи" (ИНН 6316145067; ОГРН 1096316004674) и ИП Б. рекламораспространителями в понимании пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе.

Законом о рекламе определены понятия "рекламодатель", "рекламораспространитель" и "рекламопроизводитель". В соответствии с пунктами 5 - 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

На основании изложенного, Комиссия Костромского УФАС России по рассмотрению дела № 044/05/18-349/2021 всесторонне, полно и объективно исследовав, и оценив имеющиеся в деле доказательства, пришла к выводу, что рекламораспространителями рассматриваемой рекламы являются ООО "Севен Технолоджи" и ИП Б.

Реклама следующего содержания: "ПЕРВЫЙ ЗАЙМ ДЛЯ ВСЕХ - БЕСПЛАТНО! До 30 000 рублей-zaimw.ru/C1d\_nrW", распространенная 11.06.2021 в 07 часов 24 минут распространенную ООО «Севен Технолоджи» (ИНН 6316145067; ОГРН 1096316004674), ИП Буцкиным С.Д. (ИНН: 451202609752, ОГРНИП 320450100012900) по сетям электросвязи без предварительного согласия абонента Ш. на получение рекламы, признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушено требование части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе".

Материалы дела переданы уполномоченному должностному лицу Костромского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**14. «Шаурма у Виджая»**

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области поступило обращение МКУ г. Костромы «Центр наружной рекламы и информации» о наличии признаков нарушения требований Закона о рекламе при размещении рекламы по адресу 156013, г. Кострома, ул. Сенная, д.18/2 (киоск) «Шаурма у Виджая» следующего содержания: «СТОЙ! САМАЯ ВКУСНАЯ ШАУРМА ЗДЕСЬ!».

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе», рекламой признается 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. При этом объектом рекламирования назван товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот, средство его индивидуализации, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия, на привлечение к которым направлена реклама.

Информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – нестационарному торговому объекту "Шаурма у Виджая", товаром, в данном случае, является "шаурма".

На основании изложенного, сообщение содержит все признаки, указанные в пункте 1 статьи 3 ФЗ "О рекламе", а, следовательно, является рекламой.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 ФЗ "О рекламе" недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим, использование в рекламе терминов в превосходной степени: "самый", "лучший", "абсолютный", "единственный", "N 1", "все" и т.п. должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной, как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В рассматриваемом рекламном сообщении отсутствует критерий, по которому ИП З., используя слово "САМАЯ", сообщает о преимуществах своего товара перед другими товарами, производимыми и/или реализуемыми другими продавцами.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ "О рекламе" ответственность за нарушение требований статьей 5 ФЗ "О рекламе" несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 ФЗ "О рекламе" рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ "О рекламе" ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В связи с тем, что в материалы дела представлены доказательства о прекращении нарушения рекламного законодательства предписание об устранении выявленного нарушения не выдано.

Реклама «СТОЙ! САМАЯ ВКУСНАЯ ШАУРМА ЗДЕСЬ!», признана ненадлежащей, нарушающей, пункт 1 часть 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

**15. ООО «Спасательный круг 44»**

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области поступило обращение Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному федеральному округу г. Москва о наличии признаков нарушения требований Закона о рекламе при размещении рекламы ООО «Спасательный круг 44» по адресу 157800, Костромская область, Нерехтский район, г. Нерехта, ул. Металлистов, д.1 следующего содержания: «ЗАЙМЫ без залогов и поручений. ПЕНСИОНЕРАМ ПОД 0,6% В ДЕНЬ – ДО 25000 РУБ» с признаками нарушения Закона о рекламе.

05.08.2021 определением о возбуждении дела по признакам нарушения Закона о рекламе Костромским УФАС России было возбуждено дело № 044/05/28-346/2021 в отношении ООО «Спасательный круг 44».

Изучив материалы дела, исследовав имеющиеся в материалах дела доказательства, комиссия Костромского УФАС России пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, рекламой признается 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. При этом объектом рекламирования назван товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот, средство его индивидуализации, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия, на привлечение к которым направлена реклама.

Таким образом, рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц, объектом рекламирования являются финансовые услуги по предоставлению потребительских займов.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135 –ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга – банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

На основании пункта 5 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 №353-ФЗ"О потребительском кредите (займе) (далее – Закон о Потребительском кредите) профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов – деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме (кроме займов, предоставляемых физическим лицам, являющимся учредителями (участниками) или аффилированными лицами коммерческой организации, предоставляющей заем, займов, предоставляемых брокером клиенту для совершения сделок купли-продажи ценных бумаг, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

В соответствии со статьей 4 Закона о Потребительском кредите "профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

Согласно требованиям части 14 статьи 28 Закона о Рекламе, «реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", не допускается.

Размещенная ООО «Спасательный круг 44» реклама, полностью соответствует определению понятия «реклама», направлена на привлечение внимания на финансовую услугу по предоставлению займов неограниченному кругу лиц.

Соответственно, в случае выявления рекламы финансовых услуг или финансовой деятельности лица, не обладающего требуемыми законодательством лицензией разрешением, аккредитацией, либо не включенного в соответствующий реестр или являющегося членом соответствующей саморегулируемой организации, такая реклама подлежит пресечению.

Как отмечает Заявитель, ООО «Спасательный круг 44» исключено из государственного реестра микрофинансовых организаций 30.11.2020.

По состоянию на 18.05.2021 (нарушение зафиксировано ЦБ) и по настоящее время в государственных реестрах Банка России сведения об ООО «Спасательный круг 44» отсутствуют.

Исходя из пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство или реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Таким образом, ООО «Спасательный круг 44» не обладает правом на осуществление профессиональной деятельности по предоставлению потребительских займов.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о Рекламе, реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Следовательно, распространение рекламы с нарушением пункта 7 статьи 7 и пунктов 14 статьи 28 Закона о рекламе является ненадлежащим.

Комиссия пришла к выводу, что реклама ООО «Спасательный круг 44» по предоставлению услуг потребительских займов содержит признаки нарушения части 14 статьи 28, пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе.

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 7, части 14 статьи 28 несет рекламодатель.

Реклама ООО «Спасательный круг 44» (ИНН 4405009746 ОГРН 1164401052276) «ЗАЙМЫ без залогов и поручений. ПЕНСИОНЕРАМ ПОД 0,6% В ДЕНЬ – ДО 25000 РУБ», которая распространялась по адресу: 157800, Костромская область, Нерехтский район, г. Нерехта, ул. Металлистов, д.1 по состоянию на 18.05.2021, ненадлежащей, нарушающей, пункт 7 статьи 7, часть 14 статьи 28 Закона о рекламе.

ООО «Спасательный круг 44» (ИНН4405009746) выдано предписание об устранении признаков нарушения законодательства о рекламе.

Рассматривается вопрос о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**16. ООО МКК «БЕРКО-44-19»**

Поступило обращение Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному федеральному округу г. Москва о наличии признаков нарушения требований Закона о рекламе при размещении рекламы по адресу 157800, Костромская область, Нерехтский район, г. Нерехта, ул. Металлистов, д.2 следующего содержания: ЗАЙМЫ. НУЖНЫ ДЕНЬГИ, ВАМ СЮДА», «ФИНАНСОВАЯ ПОМОЩЬ НА ЛЮБЫЕ НУЖДЫ», вывеска ООО МКК «БЕРКО-44-19», а также баннер и вывеска ООО МКК «БЕРКО-44-19» внутри помещения, расположенного по адресу 157800, Костромская область, Нерехтский район, г. Нерехта, ул. Металлистов, д.2, с признаками нарушения Закона о рекламе.

Отношения в сфере рекламы, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Законом о рекламе.

Целями названного Закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (статья 1 Закона о рекламе).

В силу статьи 5 Закона о рекламе Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии со статьей 4 Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ"О потребительском кредите (займе) (далее – Закон о Потребительском кредите) "профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

В пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе содержится понятие рекламы как информации, распространяемой любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Размещенная ООО МКК «Берко-44-19» реклама, полностью соответствует определению понятия «реклама», направлена на привлечение внимания на финансовую услугу по предоставлению займов неограниченному кругу лиц.

Согласно требованиям части 14 статьи 28 Закона о Рекламе, «оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается», а также, в соответствии со статьей 4 Закона о потребительском кредите не допускается.

Как отмечает заявитель, Общество исключено из государственного реестра микрофинансовых организаций 30.07.2020.

По состоянию на 05.07.2021 в государственных реестрах Банка России сведения об Обществе отсутствуют.

Таким образом, Общество не обладает правом на осуществление профессиональной деятельности по предоставлению потребительских займов

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о Рекламе, реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Следовательно, распространение рекламы с нарушением пункта 7 статьи 7 и пункта 1 статьи 28 Закона о рекламе является ненадлежащим.

Комиссия пришла к выводу, что реклама ООО МКК "Берко-44-19" по предоставлению услуг потребительских займов содержит признаки нарушения части 14 статьи 28, пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе.

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 7, части 14 статьи 28 несет рекламодатель.

Реклама ООО МКК «БЕРКО-44-19» (ИНН 4405010195) «ЗАЙМЫ. НУЖНЫ ДЕНЬГИ, ВАМ СЮДА», «ФИНАНСОВАЯ ПОМОЩЬ НА ЛЮБЫЕ НУЖДЫ, которая распространялась по адресу: 157800, Костромская область, Нерехтский район, г. Нерехта, ул. Металлистов, д.2 по состоянию на 22.06.2021, признана ненадлежащей, нарушающей, пункт 7 статьи 7, ,часть 14 статьи 28 Закона о рекламе.

ООО МКК «БЕРКО-44-19». (ИНН 4405010195) выдать предписание №044/05/28-345/2021 об устранении признаков нарушения законодательства о рекламе.

Рассматривается вопрос о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**17. ИП…**

Решением Комиссии Костромского УФАС России по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе от 30.08.2021 по делу № 044/05/18-233/2021 признана ненадлежащей, распространенная 16.02.2021 в 10 часов 54 мин. посредством использования подвижной радиотелефонной связи на абонентский номер …, реклама следующего содержания:

«Три с половиной месяца можно пользоваться средствами банка и не платить проценты. Сумма на карте рассчитывается индивидуально от пяти до пятисот тысяч рублей. Важно то, что картой можно не только оплачивать покупки, но и снимать наличные также без процентов в любом банкомате. Еще одна важная особенность. С помощью карты Альфа Банка вы можете погасить кредиты и кредитные карты других банков. Такие условия не предоставляет ни один банк, просмотрите предложение?».

Рекламораспространителем – ИП… при распространении по сетям электросвязи посредством телефонного звонка на телефонный номер абонента рекламы, нарушены требования, поскольку реклама распространена без предварительного согласия абонента.

Комиссия Костромского УФАС России установила:

1. Реклама распространяется с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе.
2. Возбуждено дело об административном правонарушении по статье 14.3 КоАП РФ.

**18. Агентство недвижимости «Вектор»**

Костромским УФАС России в рамках мониторинга нарушений законодательства о рекламе был произведен осмотр рекламной конструкции по адресу: город Кострома, ул. Кинешемское шоссе, возле дома 15 по направлению движения в сторону центра города.

На рекламной конструкции размещена реклама агентства недвижимости «Вектор» с предложением финансовых услуг ипотечного кредитования.

«Ипотека – это к нам. Вектор недвижимость. (4942) 502-169. (Далее мелкий шрифт)».

В соответствии с частью 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается.

В соответствии с частью 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения.

В соответствии частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Отношения в сфере рекламы, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Законом о рекламе.

Целями названного Закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (статья 1 Закона о рекламе).

В пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе содержится понятие рекламы как информации, распространяемой любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рекламодателем выступила ИП Н. пояснила, что внизу баннера выполнена мелким шрифтом следующая информация: «ИП Н.., ОГРНИП …, оказывает посреднические услуги по предоставлению ипотечного кредита, не является финансовой (кредитной) организацией. Финансовую услугу по кредитованию оказывает ПАО «Сбербанк». Ген. Лицензия Банка РФ № 1481 от 11.08.2015. Полный список банков партнеров на agentstvo\_nedvizhimosti\_vektor или по телефону (4942) 502-169».

Комиссия Костромского УФАС России установила, что ИП Н. не является финансовой (кредитной) организацией, договоры (документы), подтверждающие оказание посреднических услуг по предоставлению ипотечного кредита с финансовыми организациями предоставлены не были.

В материалах дела имеется фото баннера, на котором располагается спорная реклама. В нижней части баннера расположен мелкий нечитаемый шрифт. Часть существенной информации, которая может повлиять на намерение потребителя воспользоваться рекламируемым предложением агентства, выполнена мелким нечитаемым шрифтом. Поскольку распространенная агентством реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителей желания ими воспользоваться, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие каких-либо сведений об условиях оказания рассматриваемой услуги не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

Указанная ИП Н. информация была изображена таким образом, что она не воспринималась потребителем наряду со всей рекламной информацией и приводило к искажению смысла «Ипотека – это к нам» и вводило в заблуждение, что свидетельствовало о том, что реклама являлась ненадлежащей (ч. 7 ст. 5 ФЗ "О рекламе").

Комиссия Костромского УФАС России признала рекламу индивидуального предпринимателя, размещенную на рекламной конструкции по адресу: … с нарушением требований части 3, части 7 статьи 5, части 14 статьи 28 Закона о рекламе.

Материалы дела переданы для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**19. ООО МКК «Срочноденьги**

В адрес Костромского УФАС России поступило заявление физического лица по факту получения 01.09.2021 г. в 13 час. 56 мин. с абонентского номера +7(958)538-65-82 телефонного звонка следующего содержания:

« - Здравствуйте, Вам предварительно одобрен бесплатный заем в компании «Срочно деньги», чтобы уточнить условия нажмите 1, чтобы оформить заем позже нажмите 2

- Здравствуйте, компания «Срочноденьги» меня зовут Николай, вы ранее оставляли заявку на получение денежных средств, скажите пожалуйста, какая сумма для вас актуальна?

- Я не подавал заявок на получение никаких денег. Почему вы мне звоните и предлагаете без моего согласия рекламу ваших услуг?

- Возможно вы ранее оставляли заявку на общедоступных сайтах о получении займа?

- Нет, я не обращался в вашу компанию или в другие компании за займами.

- Сегодня ваша заявка поступила к нам в работу в компанию «Срочноденьги», заявка оформлена на …, скажите это вы….?»

Указанная информация является рекламой в силу пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Согласно данной норме под рекламой 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.

Объектом рекламирования в данном случае являются финансовые услуги по предоставлению потребительских займов компании «Срочноденьги».

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

Согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было однозначно идентифицировать такого абонента (простое заполнение бланка/формы, не позволяющее однозначно установить и подтвердить, кто именно заполнил такую форму, не является соблюдением указанного требования).

Как сообщается ..., им такого согласия какому-либо лицу не давалось. Следовательно, данное обстоятельство указывает на признаки нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

В соответствии с материалами, имеющимися в распоряжении Костромского УФАС России, абонентский номер, с которого совершался рекламный звонок, зарегистрирован за юридическим лицом ООО «Артагон» (ИНН 7703814060, ОГРН 1147746801850) на основании договора № 019-28 от 06.11.2019 г. заключенного между ООО «Артагон» и ООО «МиАТел».

Установлено, что номер +7(958) 538 65 82, с которого поступил звонок с признаками нарушения Закона о рекламе выделен ООО МКК «Срочноденьги».

01.10.2020 года между ООО МКК «Срочноденьги» и ООО «Лидстех» был заключен договор №0110-220 оказания рекламных услуг. На основании указанного договора на сайте ООО «Лидстех» любой желающий может оставить заявку на получение займа через онлайн-форму. В момент оформления заявки обращающийся дает согласие на обработку персональных данных. Впоследствии заполненная заявка, которая содержит данные: ФИО, номер телефона, дата рождения, желаемая сумма и желаемый срок займа, направляется в ООО МКК «Срочноденьги» для ее рассмотрения и принятия решения о предоставлении/непредставлении займа клиенту. По предоставленной заявке осуществляется звонок на указанный номер телефона с целью уточнения актуальности полученной заявки. Договоры займа между ... и ООО МКК «Срочноденьги» не заключались.

Согласно документам представленным ООО МКК «Срочноденьги» в материалы дела, заявка на предоставление займа была оставлена абонентом +7 … на специализированном сайте по поиску займов, принадлежащему ООО «Лидстех».

К письменным пояснениям ООО МКК «Срочноденьги» приложены: доверенность на представителя, сопроводительное письмо ООО «Гидфинанс Медиа» с приложениями к нему, в том числе согласие абонента +7 … на получение рекламы, аудиозапись звонка от 01.09.2021 в адрес абонента +7 912-590-98-22.

Исследовав материалы дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Костромского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из текста вышеуказанного сообщения, в котором содержится предложение воспользоваться финансовыми услугами по получению потребительских займов, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования – финансовой услуги займа.

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 силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

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 адресность 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.

В распространенной рекламе присутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация – С.

При этом, само по себе обращение в данном случае к абоненту по имени не является фактором определенно идентифицирующим получателя распространяемой информации. Подобное обращение к потенциальному клиенту является нормальным общепринятым поведением в обществе, соответствующим правилам обычного и делового этикета и лишь свидетельствует о клиентоориентированной направленности деятельности рекламораспространителя при продвижении своих услуг на рынке.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе отсутствуют персональные данные лица, позволяющие определенно идентифицировать ее единственного получателя, на восприятие которого направлена распространенная информация. В связи с чем, реклама не имеет ограничений по кругу распространения, исходя из своего содержания.

Резюмируя изложенное, Комиссия отмечает, что рассматриваемая реклама не является персональным предложением Заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования. Данная информация направлена на привлечение внимания к услугам по предоставлению потребительских займов, имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению.

В материалы дела не представлено доказательств осуществления рекламного звонка исключительно на телефонный номер одного физического лица - Заявителя.

В соответствии с частью 1 статьи 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.

Федеральный закон "О рекламе" возлагает обязанность доказывания факта наличия согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи на рекламораспространителя.

При этом согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было не только однозначно идентифицировать такого абонента, но и подтвердить волеизъявление данного абонента на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя (пункт 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58).

Комиссия Костромского УФАС России, изучив представленное согласие на обработку персональных данных, анкеты, отмечает, что указанные материалы содержат ФИО заявителя и номер телефона, при этом, дата рождения Заявителя указана неверно. Кроме того, представленные документы не содержат подписи С.

Лицами, участвующими в деле, как распространителями данной рекламы, надлежащих доказательств наличия такого согласия не представлено. В свою очередь, обязанность доказывания того, что абонент согласился на получение рекламы, лежит именно на них.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту граждан как наиболее слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях от получения нежелательной рекламы, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Таким образом, учитывая особое внимание законодателя к распространению рекламы посредством сетей электросвязи и установленным правилам для возможности ее направления абонентам, следует руководствоваться более жесткими требованиями и в каждом конкретном случае учитывать именно наличие прямого согласия абонента на получение рекламы.

Положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности распространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы.

Комиссией Костромского УФАС России в действиях ООО МКК «Срочноденьги» установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении посредством телефонного звонка на телефонный номер +7 … рекламы.

Комиссия Костромского УФАС России признала ненадлежащей рекламу ООО МКК «Срочноденьги» (ОГРН 1105260001857, ИНН/КПП 5260271530/ 526201001, место нахождения: 603022, Нижегородская область, Нижний Новгород город, Тимирязева улица, дом 15, корпус 2, помещение 403), распространенную по сетям электросвязи без предварительного согласия абонента С. на получение рекламы, поскольку в ней нарушено требование части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе".

Материалы дела передано уполномоченному должностному лицу Костромского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**20. ООО "73"**

В адрес Костромского УФАС России Управлением Роскомнадзора по Костромской области переданы материалы, включая техническую запись эфира телеканалов "KnV" и «REN TV» за период с 07.02.2022 г. по 25.02.2022 г., по факту превышения объема рекламы от общего объема вещания телеканала "KnV".

Управлением Роскомнадзора по Костромской области в ходе проведения планового мероприятия систематического наблюдения в отношении общества с ограниченной ответственностью "73" (ИНН 4415007040; ОГРН 1104437000821) (далее- ООО «73», Общество) выявлены признаки нарушения ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе, а именно: в ходе анализа эфира за период с 00 ч. 00 мин. 07.02.2022 по 24 ч. 00 мин.13.02.2022 Управлением выявлено, что объем рекламных сообщений телеканала "KnV" составляет до 67% в час, а также 10.02.2022 г. общий объем рекламы на телеканале за сутки составил 64%.

Данные показатели превышают установленное законодательством значение на объем рекламы не более 20% в час и 15% в сутки.

По результатам рассмотрения материалов Костромским УФАС России установлено следующее.

В соответствии с данными ЕИС Роскомнадзора, а также сведениями, указанными в Лицензии на осуществление телевизионного вещания ТВ № 25629 от 21.07.2014 г., держателем лицензии на осуществление телевизионного вещания является ООО «73»; адрес места нахождения юридического лица: 157940, Костромская область, Красносельский район, п.г.т. Красное-на-Волге, ул. Советская, д.59, к. 7; лицензируемый вид деятельности - осуществление телевизионного вещания.

Лицензией на осуществление телевизионного вешания ТВ № 25629 от 21.07.2014 г. предусмотрено распространение ООО "73" средств массовой информации - телеканала " KnV " и телеканала "REN TV".

Распространение СМИ - телеканала "KnV" осуществляется на основании Свидетельства о регистрации средства массовой информации, регистрационный номер ЭЛ № ТУ 44 - 00250, выданного Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций Костромской области 23.05.2014 года.

По результатам анализа материалов записи эфира телеканалов «KnV» и «Телеканал REN-TV» за период 07.02.2022 по 13.02.2022 установлено, что:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата | Час эфира | Время (согласно сетке вещания) | Продолжительность эфира телеканала "KnV "(час, мин, сек) | Продолжительность региональной рекламы на телеканале "KnV "(час, мин, сек) | Процент рекламы от эфира телеканала "KnV " |
| 07.02.2022 | с 09.00 до 10.00 ч | 09:21:11 - 09:21:36 | 00:00:25 | 00:00:13 | 52% |
| 08.02.2022 | с 08.00 до 09.00 | 08:24:18 - 08:24:41 | 00:00:23 | 00:00:13 | 57% |
| 09.02.2022 | с 09.00 до 10.00 | 09:28:20 - 09:28:56 | 00:00:36 | 00:00:23 | 64% |
| 10.02.2022 | с 08.00 до 09.00 | 08:53:28 - 08:54:13 | 00:00:45 | 00:00:29 | 64% |
| 11.02.2022 | с 09.00 до 10.00 | 09:06:44 - 09:07:31 | 00:00:47 | 00:00:27 | 57% |
| 13.02.2022 | с 16.00 до 17.00 | 16:59:54 - 17:00:00 | 00:00:06 | 00:00:04 | 67% |

Кроме того, за 10.02.2022 общий объем рекламы на телеканале «KnV» за сутки составил 64% (общий объем вещания – 0:00:45 из которых 0:00:29 – реклама).

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, рекламой является 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. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

-предназначаться для неопределенного круга лиц;

-привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

-способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правонарушения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно статье 3 Закона о рекламе в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в вышеуказанных эфирных блоках на телеканале "KnV", содержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Согласно статье 36 Федерального закона от 27.12.1991 № 2124-1 "О средствах массовой информации" распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

Требования к рекламе в телепрограммах и телепередачах, в том числе предъявляемые к продолжительности распространения рекламы установлены статьей 14 Закона о рекламе.

В силу части 3 статьи 14 Закона о рекламе общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы (в том числе такой рекламы, как телемагазины), прерывания телепрограммы рекламой (в том числе спонсорской рекламой) и совмещения рекламы с телепрограммой способом "бегущей строки" или иным способом ее наложения на кадр телепрограммы не может превышать двадцать процентов времени вещания в течение часа и пятнадцать процентов времени вещания в течение суток, за исключением случаев, предусмотренных частями 3.4 и 3.5 настоящей статьи.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая реклама, транслируемая СМИ "KnV", не соответствует требованиям ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных статьей 14 законодательства Российской Федерации о рекламе, несет рекламораспространитель.

Таким рекламораспространителем является владелец лицензии на вещание средства массовой информации, объем трансляции рекламы в котором превысил установленную Законом о рекламе норму.

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что ООО "73" нарушило требования части 3 статьи 14 ФЗ "О рекламе", которое выразилось в размещении рекламных блоков на телеканале "KnV" суммарная продолжительность которых превысила пятнадцать процентов времени вещания в течение суток, а также двадцать процентов времени вещания в течение часа.

Комиссии Костромского УФАС России признала ненадлежащей рекламу, распространяемую на телеканале "KnV" с 07.02.2022 (с 00.00 мск.) по 13.02.2022 (до 24.00 мск.) с превышением предельно допустимых объемов 20% времени вещания в течении часа, и 15% времени вещания в течении суток, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 14 Закона о рекламе.

Материалы дела переданы уполномоченному должностному лицу Костромского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 2 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**Пример актов недобросовестной конкуренции**

**1. «Лесоторговая база № 1»**

Управление Федеральной антимонопольной службы по Костромской области в рамках мониторинга нарушений антимонопольного законодательства установлено, что на сайте <http://leskostroma.ru> присутствуют признаки некорректного сравнения хозяйствующего субъекта с другими хозяйствующими субъектами путем использования обозначения «Лесоторговая база № 1» тем самым создающего впечатление о превосходстве хозяйствующего субъекта, без указания конкретных сравниваемых характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, а также на рекламных конструкциях города Костромы, вдоль автодороги между домами на ул. Олега Юрасова, д. 1 и ул. Магистральная, д. 67, ул. Галичская, в районе дома 117, ул. Галичская, д. 124,», на территории ТЦ 100 Метровка размещена вывеска «Лесоторговая база № 1», в названии которой присутствуют признаки некорректного сравнения хозяйствующего субъекта с другими хозяйствующими субъектами путем использования обозначения «№ 1», тем самым создающего впечатление о превосходстве хозяйствующего субъекта, без указания конкретных сравниваемых характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение.

Согласно открытым данным на официальном сайте [category\_id:(184106570)](https://yandex.ru/maps/?display-text=%D0%94%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B0&ll=44.536385%2C58.135318&mode=search&sctx=ZAAAAAgBEAAaKAoSCZ4Hd2ft5EVAEd46%2F3bZN01AEhIJlJez7oD3tT8RIq629DL%2Fpj8iBgABAgMEBSgKOABAy1NIAWIobWlkZGxlX3dpemV4dHJhPXBwb19jaGFpbl9maXhsaXN0X29iczg9N2IbbWlkZGxlX3dpemV4dHJhPW9sZF9kcnVncz0xYhtyZWxldl9iaWdfYXV0b3NjYWxlX2xpbWl0PTFiLnJlYXJyPXNjaGVtZV9Mb2NhbC9HZW8vUG9zdGZpbHRlci9DaGFpbklycmVsPTFqAnJ1nQHNzEw9oAEAqAEAvQElAzRNwgGPAeSElpemA7ephfoD3LLfpWXOnbSwvgG02IGv5gaIy%2B25tQH8mP%2BnBaG7qOObAY29jbv%2FA7HSlKaRBcTNm7u3Aa7t2%2B71BLiGv%2FRWhuq2m9IF79fXm%2BIFm430%2FuoFy%2Bel%2B70D28q%2By8YB9ObMwHa%2Bq66iBLyx2cnEBN3SkLCNA7bW0ugE1ouB4eQE2rDEtaMF6gEA8gEA%2BAEAggIXY2F0ZWdvcnlfaWQ6KDE4NDEwNjU3MCmKAgkxODQxMDY1NzCSAgCaAgxkZXNrdG9wLW1hcHM%3D&sll=44.536385%2C58.135318&sspn=11.956251%2C3.612023&text=category_id%3A%28184106570%29&z=7.4) «Деревообработка Костромской области. Яндекс карты», на территории г. Костромы и Костромской области деятельность по оказанию услуг по деревообработке осуществляют более 100 хозяйствующих субъектов.

Согласно пункту 1 статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе: сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов "лучший", "первый", "номер один", "самый", "только", "единственный", иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными.

Фирменное наименование «Лесоторговая база № 1» принадлежит ИП Т.

В связи с наличием в действиях ИП Т. признаков нарушения антимонопольного законодательства по отношению к другим хозяйствующим субъектам, предусмотренных пунктом 1 статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», на основании статьи 39.1 Федерального закона «О защите конкуренции» Костромское УФАС России  выдало предупреждение предпринимателю о необходимости прекращения указанных действий, в десятидневный срок с даты получения Предупреждения, а именно :

Прекратить нарушение пункта 1 статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», путем внесения изменений в информацию, размещенную на всех рекламных конструкциях, расположенных на территории города Костромы и Костромской области;

Прекратить осуществление на сайте <http://leskostroma.ru> и любыми иными способами некорректного сравнения наименования «Лесоторговая база № 1» с другими хозяйствующими субъектами, без указания конкретных сравниваемых характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение.

В соответствии с частью 5 статьи 39.1 Закона о защите конкуренции предупреждение подлежит обязательному рассмотрению лицом, которому оно выдано, в срок, указанный в предупреждении.

Согласно части 7 статьи 39.1 Закона о защите конкуренции при условии выполнения предупреждения дело о нарушении антимонопольного законодательства не возбуждается и лицо, выполнившее предупреждение, не подлежит административной ответственности за нарушение антимонопольного законодательства в связи с его устранением.

Частью 8 статьи 39.1 Закона о защите конкуренции установлено, что в случае невыполнения предупреждения в установленный срок при наличии признаков нарушения антимонопольного законодательства антимонопольный орган обязан принять решение о возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства в срок, не превышающий десяти рабочих дней со дня истечения срока, установленного для выполнения предупреждения.