

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПИСЬМО
от 4 июня 2013 г. N АК/21587/13

О ПОРЯДКЕ ПРИМЕНЕНИЯ ЧАСТИ 1 СТАТЬИ 18 ФЗ "О РЕКЛАМЕ"

В соответствии с пунктом 27 Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2013 году, утвержденного приказом ФАС России от 19.03.2013 N 169/13, ФАС России направляет разъяснение о порядке применения [части 1 статьи 18](#) Федерального закона "О рекламе".

В соответствии с [частью 1 статьи 18](#) Федерального 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.

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

В соответствии с [пунктом 13](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Правила), утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. N 508, установлены требования к заявлению, указывающему на признаки нарушения законодательства о рекламе - заявление необходимо подавать в антимонопольный орган в письменной форме с приложением документов, свидетельствующих о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В заявлении должны содержаться следующие сведения:

- наименование и местонахождение заявителя (для физических лиц - фамилия, имя, отчество и место жительства заявителя - физического лица);
- наименование рекламодателя (рекламопроизводителя, рекламораспространителя), действия которого содержат признаки нарушения законодательства о рекламе;
- описание фактов, свидетельствующих о признаках нарушения законодательства о рекламе, с указанием способа, места и времени распространения рекламы;
- требования заявителя.

В случае невозможности предоставления доказательств, свидетельствующих о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, заявитель вправе указать лицо, от которого могут быть получены такие доказательства.

Таким образом, в заявлении, направляемом в антимонопольный орган, должны содержаться требуемые в соответствии с законодательством сведения: рекламодатель и рекламораспространитель рекламы (наименование, местонахождение, контактная информация), период поступления рекламы, номера телефонов, на который поступала и с которого направлялась реклама, адреса электронных почтовых ящиков, на который поступала и с которого направлялась реклама, также должно быть описано существо отношений с отправителем рекламы, изложено требование, и дано письменное согласие на обработку персональных данных.

Кроме того, к заявлению должны быть приложены доказательства, подтверждающие доводы заявителя: тексты SMS-рекламы (в копиях, фотографиях), детализация выписки по абонентскому номеру за период получения SMS-рекламы, копии писем, поступающих на электронный почтовый ящик заявителя, копии документов, подтверждающих факт обращения с требованием прекратить распространение рекламы к лицу, направлявшему рекламу (при их наличии), и факт того, что после обращения заявителя к рекламодателю или рекламораспространителю распространение рекламы не прекратилось, иные документы. В случае если заявитель не может предоставить фотографии SMS-рекламы на телефоне, он вправе обратиться в территориальное управление ФАС России с тем, чтобы специалисты антимонопольного органа зафиксировали наличие данной рекламы.

Вместе с тем обращаем внимание, что Федеральный [закон](#) "О рекламе" не устанавливает, в какой форме может быть получено согласие абонента на получение рекламы, соответственно, согласием абонента или адресата на получение рекламы может быть согласие, полученное в любой, в том числе в устной форме.

Таким образом, при распространении рекламы посредством телефонной связи без применения средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки) абонент вправе отказаться от получения рекламы в устной форме.

Дополнительно сообщаем, что в соответствии с [пунктом 5](#) Правил в случае если до возбуждения дела или в ходе его рассмотрения будет установлено, что реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, распространяется на территории, подведомственной двум и более территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, выявивший такое нарушение территориальный орган Федеральной антимонопольной службы передает материалы, свидетельствующие о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, или дело в территориальный орган Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, либо ходатайствует перед Федеральной антимонопольной службой о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела.

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

Учитывая изложенное, реклама, содержащая признаки нарушения [части 1 статьи 18](#) Федерального закона "О рекламе", в силу особенности квалификации данного правонарушения не может быть распространена на территории, подведомственной двум и более территориальным органам.

Следовательно, наделения территориального органа полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту распространения рекламы по сетям электросвязи без предварительного согласия абонента не требуется.

А.Б.КАШЕВАРОВ
