

Что говорит закон

— Елена Владимировна, те, кто звонит ярославцам от имени различных салонов красоты, медцентров, банков, преступают закон?

— Все отношения, связанные с распространением рекламы — наружной, по сетям электро-связи (как, например, телефонные звонки и смс), по телевидению или радио, регулируются федеральным законом «О рекламе». Статья 18 говорит, что распространение рекламы по сетям электро-связи запрещено без согласия абонента. Причем бремя доказывания получения предварительного согласия лежит на лице, которое данную рекламу распространяло. Таким образом, если к вам обращаются с вопросом, согласны ли вы на получение рекламной информации, вы отвечаете отрицательно и рекламодатель повесил трубку, то нарушения закона о рекламе не будет. В случае если вас никто не спросил о согласии на получение рекламы и человек на той стороне произносит

Без права на рекламу

Ярославцев спешат облагодетельствовать помимо их воли. Звонки с предложениями пройти обследование от медцентров или получить кредит на очень выгодных условиях слышал, наверное, каждый обладатель сотового телефона. Единицы попадают на удочки, большинство начинают злиться — достали, честное слово! Насколько законны подобные предложения? Об этом мы беседуем с заместителем руководителя УФАС по Ярославской области Еленой Гудкевич.

некий текст, невзирая на протесты, это нарушение закона «О рекламе».

— Но зачастую звонящий интересуется, есть ли у меня свободное время, которое позволит выслушать его. Положительный ответ может рассматриваться как согласие послушать рекламу?

— Нет, поскольку звонящий не сообщает об истинной цели своего звонка. Он должен четко проинформировать «Рекламное сообщение», «Информация рекламного характера», чтобы не возникало никаких сомнений, что сейчас предстоит прослушать рекламу тех услуг, которые оказывает организация, от чьего имени и поступил звонок.

Включайте диктофон!

— Чаще всего звонящие не рекламируют что-либо, а просто предлагают свои услуги. Посыл от организаций «мы заботимся о вас, искренне переживаем за ваше здоровье».

— Рекламная информация может быть облечена в разные формы, в том числе и заботливых обращений. В федеральном законе дано определение, «реклама — 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, фор-

мирование и поддержание интереса к нему, продвижение его на рынке». И если медицинская организация действует так, чтобы мы воспользовались ее услугами, получается, она их рекламирует, как бы это ни называли. Потому что вызывает интерес к услугам с последующим продвижением их на рынке.

— Как же доказать факт «незаконного» с точки зрения рекламы обращения?

— Достаточно записать телефонный разговор на диктофон. Существуют специальные приложения, позволяющие это делать автоматически. После чего можно обратиться в антимонопольную службу с заявлением, подкрепив его доказательствами в виде аудиозаписи. Бывают, правда, курьезные ситуации, когда абонент, пытаясь уличить рекламодателя и не дав ему сказать даже одного предложения, говорит: «Я не хочу на эту тему разговаривать», «Почему вы мне распространяете рекламу». Звонящий пытается вставить хотя бы слово, но слушатель себя ведет более активно. Такой разговор для нас доказательством не будет, потому что тот абонент, которого интересовало распространение рекламы, этого сделать не смог — ему просто не дали возможности. В этом случае судья нам скажет, что распространения рекламы не было, даже непонятно, что рекламируется.

Если это мошенник

— И какие пути решения проблемы?

— Вы можете прекратить общение, повесив трубку, внести номер звонившего в черный список или обратиться к нам. Довольно часто, и в нашей практике такое бывало, подобные организации используют автоматический набор номеров, что также запрещено законом о рекламе.

— Что значит автоматический набор?

— Специальной программой задается код. А дальше методом случайного набора номеров робот соединяет с оператором. Так вот законом о рекламе запрещено использование автоматизированных систем набора.

— Бывает, что звонящий не представляет собой сотрудника организации, а говорит, что он знакомый знакомого и ему посоветовали позвонить и рассказать об уникальной услуге.

— Если это мошенник, который себя выдает за знакомого, то на него распространяется все, что я сказала о рекламе по телефону. Если же это действительно какой-то знакомый знакомого, то тут единственный совет — пересмотреть свое окружение на предмет того, насколько искренне к вам относятся и нужны ли вам такие друзья.

Смс и соцсети

— Это мы говорили о звонках. Но предложения воспользоваться услугами медцентров или салонов красоты поступают и через смс...

— Все вышесказанное касается и смс рекламного характера, и сообщений, поступающих через мессенджеры. Другое дело, что зачастую, когда люди заключают договоры о кредитовании, делают покупки в магазинах, им предлагают заполнить анкеты. И мы это делаем, но бываем не особо внимательными и не ставим галочку внизу страницы, где самым мелким текстом нам предлагают отказаться от получения рекламной информации. А впоследствии при возбуждении дела организация, направившая рекламу, представит согласие абонента на получение рассылки.

— Можно ли признать такое согласие недействительным?

— У нас были дела, в результате которых суд по добным согласия признавал недействительными. Например, при использовании терминалов для платежей на экране всплывает окошечко, где спрашивается согласие на получение рекламной информации. Или при оформлении

кредитного договора лицо, ставя в нем «галочку», автоматически присоединяется к договору о комплексном банковском обслуживании. А потом выясняется, что этот документ на 170 листах и содержит согласие на получение рекламных смс-сообщений. В этом случае мы в своих решениях прописываем, что получение согласия абонента является ненадлежащим.

— Предположим, доказательства в виде аудиозаписи или скриншота экрана мобильного телефона есть. Как действовать дальше?

— Нужно обратиться в антимонопольную службу с заявлением. Это можно сделать как непосредственно в УФАС, так и по электронной почте, адрес указан на нашем сайте. Хорошо, если вы приложите доказательства. Если же они отсутствуют, мы можем самостоятельно запросить их у служб связи. Но для этого к заявлению гражданин обязан приложить свое согласие на то, что он дает нам право запрашивать его персональные данные по детализации звонков и смс-сообщений. Эта информация конфиденциальная, и, чтобы оператор связи ее предоставил, нам надо иметь согласие гражданина.

— Реклама часто появляется в лентах новостей, например, ВКонтакте, на Фейсбуке. Но согласие на ее просмотр тоже никто не давал. Можно ли жаловаться на такую рекламу?

— Некоторые особенности распространения рекламы в соцсетях есть. Центральный аппарат Федеральной антимонопольной службы посчитал, что реклама в ВКонтакте — это страница организации или лица, оказывающего услуги. А на своих личных страницах распространение рекламной информации не запрещено. Более того, такая информация не является рекламой. А значит, на нее требования закона о рекламе не распространяются.

Ольга СКРОБИНА

АВАНГЕЛ
www.buroangel.ru



Вспольинское поле, 2
Пр-т Октября, 96а
т.: (4852) 72-87-77

Комплекс
похоронных
услуг

39900р.

Реклама

*Срок действия предложения с 01.01.2018 г. по 31.12.2018 г.
Подробности уточняйте по адресу г. Ярославль, пр-т Октября, 96а и по телефону (4852) 72-87-77