

РЕШЕНИЕ

по делу №082/05/18-2073/2023

по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

23.01.2024

Симферополь

г.

Комиссия Межрегионального управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Крым и городу Севастополю (далее — Управление, Комиссия) по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: <...> — заместитель руководителя Управления;

члены Комиссии:

<...> — специалист-эксперт Управления;

<...> — специалист 1-го разряда Управления,

рассмотрев дело №082/05/18-2073/2023, возбужденное по признакам нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе) при распространении нежелательной рекламы посредством смс-сообщений следующего содержания - «Сегодня сет «Сяке» всего за 989р. Вместо 1300р. в Авторсуши! Промо 4102» «АвторСуши дарит легендарный Эби Нани! Промо 4782», в отсутствие сторон, уведомленных надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления поступило заявление <...> (далее — Заявитель) о распространении нежелательной рекламы посредством смс-сообщений. На абонентский номер мобильного телефона заявителя +7(978)509-97-43 24.07.2023 в 09:25 поступило короткое текстовое сообщение по сетям подвижной радиотелефонной связи (смс) от отправителя следующего содержания - «Сегодня сет «Сяке» всего за 989 р. вместо 1300 р. в АвторСуши! Промо 4102», а также 09.08.2023 в 20:12 текстовое сообщение с содержанием: «АвторСуши дарит легендарный Эби Нани! Промо 4782», что подтверждается материалами, приложенными заявителем.

Определением от 26.09.2023 №ВЕ/9500/23 Управление возбудило производство по делу №082/05/18-2073/2023 по признакам нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Согласно части 1 статьи Закона о рекламе реклама — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для

продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Под рекламой понимается определенная не персонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

В рассматриваемом случае рекламная информация адресована неопределенному кругу лиц, не содержит персональных условий предоставления услуги, при этом техническая адресация рекламы конкретному абоненту посредством телефонной связи не изменяет безадресный характер рекламного сообщения.

Таким образом, является рекламой информация, поступившая Заявителю без предварительного его согласия.

Согласно части 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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено.

Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

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

ИП <...> подтвердила распространение рекламы, указав следующее: «Спам-реклама распространялась внештатным маркетологом <...> договор на распространение рекламы не заключался. Тестирование рекламы проводилось на бесплатной основе, ввиду отсутствия достижения стабильных показателей основная реклама запущена не была. На данный момент размещение указанной спам-рекламы не осуществляется».

Управлением была получена выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей от 23.01.2024, где подтверждается смена фамилии <...> на <...>.

В соответствии с пунктом 7 части 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Следовательно <...> как рекламодателем нарушены требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

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

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пусть 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.

На основании пункта 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям,

рекламораспространителям, операторам рекламных систем обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. При этом предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей (часть 3 статьи 33 Закона о рекламе).

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая, что распространение спам-рекламы прекращено, основания для выдачи предписания Комиссией не усматриваются.

На основании части 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную посредством смс-сообщений на абонентский номер +7 978 971 54 73, следующего содержания - «Сегодня сет «Сяке» всего за 989 р. вместо 1300 р. в АвторСуши! Промо 4102», а также 09.08.2023 в 20:12 текстовое сообщение с содержанием: «АвторСуши дарит легендарный Эби Нани! Промо 4782» без предварительного согласия абонента, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18.1 Закона о рекламе.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 26.01.2024г.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 199 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение 3-х месяцев со дня принятия.