

ООО «Манго Телеком» ...

...

ИП Калачук Д.А. ...

...

## РЕШЕНИЕ

по делу №077/05/18-15492/2023

«18» апреля 2024 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии....,

членов Комиссии: ....,

рассмотрев дело № 077/05/18-15492/2023, возбужденное в отношении

ИП Калачук Д. А. (ИНН 525620596572) по признакам нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении на телефонный номер ... рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания:

- *Добрый день. Меня зовут Денис. Звоню вам с предложением по кредиту для бизнеса. Может быть актуально?*
- *Ни в коем случае*
- *Смотрите, мы предлагаем кредит...»,* поступившего 18.09.2023 в 15:25 с телефонного номера ..., в отсутствие ИП Калачук Д.А. (уведомлен надлежащим образом, согласно

номеру почтового отправления - ...), в отсутствие ООО «Манго Телеком» (представлено ходатайство о

рассмотрении дела в отсутствие представителя - вх. № 19178-ЭП/24 от 26.03.2024),

2024-23014

УСТАНОВИЛА:

Дело 077/05/18-15492/2023 возбуждено в отношении ИП Калачук Д.А. на основании заявления физического лица по факту распространения посредством телефонных звонков на телефонный номер ... рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания:

- *Добрый день. Меня зовут Денис. Звоню вам с предложением по кредиту*

*для бизнеса. Может быть актуально?*

- *Ни в коем случае*
- *Смотрите, мы предлагаем кредит...», поступившего 18.09.2023 в 15:25 с телефонного номера ....*

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно материалам дела № 077/05/18-15492/2023 на номер телефона ... 18.09.2023 в 15:25 с телефонного номера ... поступила спорная реклама.

Поступление указанной рекламы на телефонный номер ... подтверждается аудиозаписью телефонного разговора, содержащей текст рассматриваемого звонка, а также детализированной выпиской, представленной заявителем.

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.

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 — любое 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 обобщённый 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 неопределённого 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 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 недвижимости, имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению.

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 сообщения, в котором содержится предложение услуг недвижимости, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

Таким образом, информация, распространенная посредством осуществления на номер телефона ... телефонного звонка, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, что сторонами по делу не оспаривается.

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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель 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 рекламодателя. 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 рекламодателя.

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера ..., согласие на получение рекламы он не давал.

Доказательств обратного в материалы дела не представлено.

Таким образом, распространение на телефонный номер ... рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания:

- *Добрый день. Меня зовут Денис. Звоню вам с предложением по кредиту для бизнеса. Может быть актуально?*
- *Ни в коем случае*
- *Смотрите, мы предлагаем кредит...»,* поступившего 18.09.2023 в 15:25 с телефонного номера ..., с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе является ненадлежащей.

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

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой

форме и с использованием любых средств.

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

Согласно сведениям реестра российской системы и плана нумерации номер отправителя ... закреплен за ООО «Манго Телеком».

В ответ на запрос Московского УФАС России ООО «Манго Телеком» сообщило, что телефонный номер ... был представлен

ИП Калачук Д.А. (ИНН 11021135301) в рамках лицензионного договора на оказание услуг связи ООО «Манго Телеком» от 18.09.2023 по 19.09.2023

Таким образом, рассматриваемый телефонный звонок осуществлялся непосредственно с абонентского номера ..., находившегося в пользовании ИП Калачук Д.А.

На основании изложенного ИП Калачук Д.А. является рекламораспространителем рекламы:

*«- Добрый день. Меня зовут Денис. Звоню вам с предложением по кредиту для бизнеса. Может быть актуально?»*

- *Ни в коем случае*
- *Смотрите, мы предлагаем кредит...»,* поступившего 18.09.2023 в 15:25 с телефонного номера ....

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, законной по содержанию, но не по способу распространения потребителю рекламы, ИП Калачук Д.А. не представлено.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ИП Калачук Д.А. установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении на телефонный номер ... рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания:

*«- Добрый день. Меня зовут Денис. Звоню вам с предложением по кредиту для бизнеса. Может быть актуально?»*

- *Ни в коем случае*
- *Смотрите, мы предлагаем кредит...»,* поступившего 18.09.2023 в 15:25 с телефонного номера ..., без предварительного согласия абонента на ее получение и с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека.

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.

Согласно пункту 54 Правил добровольное устранение лицом (лицами) совершенного нарушения является основанием для антимонопольного органа не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссией установлено, что в настоящее время спорная реклама не распространяется, сведений о продолжении распространения рекламы с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе в Московском УФАС России отсутствует.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе.

При этом, в случае выявления новых фактов распространения ИП Калачук Д.А. рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ИП Калачук Д.А. нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на телефонный номер ... рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания:

*«- Добрый день. Меня зовут Денис. Звоню вам с предложением по кредиту для бизнеса. Может быть актуально?»*

- *Ни в коем случае*
- *Смотрите, мы предлагаем кредит...»,* поступившего 18.09.2023 в 15:25 с телефонного номера ..., без предварительного согласия абонента на ее получение.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии Члены комиссии: ...

...

...

Исп.Толасова С.Ч. тел.8(495) 784-75-05