

Яз....

461040, Оренбургская область,  
....

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу №056/05/18-124/2024**

ПАО «М...»

127006, город Москва.....

Резолютивная часть решения  
оглашена «07» мая 2024 года.

Решение изготовлено в полном объеме «22» мая 2024 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области (далее по тексту – Комиссия) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

.... – председателя Комиссии, Руководителя Управления;

... – члена Комиссии, ведущего специалиста - эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

... – члена Комиссии, специалиста - эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

в отсутствие:

- заявителя – .

- ответчика – ПАО ...

рассмотрев дело №056/05/18-124/2024, возбужденное в отношении рекламораспространителя ПАО .... по признакам нарушения требований, установленных частью 1 статьи 18 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006г. (далее по тексту – ФЗ «О рекламе») выразившихся в распространении рекламы путем использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение такой рекламы,

## УСТАНОВИЛА:

В адрес Оренбургского УФАС России .... поступило заявление Яз.... по факту получения 26.08.2023 года в 15:24 нежелательного СМС-сообщения с буквенного номера .... на его абонентский номер +79..... без предварительного согласия следующего содержания: *«Деньги до зарплаты на вашу банковскую карту - до 14 000 рублей. Возвращать можно 21 день без процентов. Потратьте одобренную сумму на любые покупки или снимите наличными. Оформить легко и быстро можно через наше приложение:»».*

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» 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.

В соответствии с ч. 1 ст. 18 ФЗ «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.

Согласно пп. 3 п. 15 Постановление Пленума ВАС РФ 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.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено именно на распространение рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя.

Проанализировав имеющиеся материалы и действующее законодательство, Комиссией установлено следующее.

Положения ФЗ «О рекламе» относительно обязанности рекламораспространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы.

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.

Яз..... при заключении вышеуказанного договора выразил отказ от получения рекламы, что подтверждается копией договора, представленной в адрес антимонопольного органа, иные документы, подтверждающие/опровергающие данный факт, у заявителя, как у слабой стороны правоотношений, отсутствуют.

Таким образом, представленный Обществом договор не может быть принят в качестве доказательства, подтверждающего наличие согласия со стороны заявителя на получение рекламы.

Иных доказательств, позволяющих сделать вывод о том, что заявитель дал надлежащее согласие на получение рекламы, в материалы дела не представлено.

Учитывая совокупность имеющихся в деле документов и пояснений, Комиссия приходит к выводу, что Яз....при заключении Договора от ..... выразил отказ от получения рекламы при использовании услуг и сведений об абоненте, доказательства иного в материалы дела не представлены.

Таким образом, распространение вышеуказанной рекламы на абонентский номер Яз.....осуществлено в нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама -

реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Следовательно, указанная реклама является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (часть 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Исходя из вышеизложенного рекламодателем является ПАО «М....» (.....).

В случае принятия Комиссией решения о признании рекламы ненадлежащей, в соответствии с ч. 3 ст. 36 ФЗ «О рекламе» решается вопрос о выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Ввиду того, что в материалах дела имеется доказательство, свидетельствующее о прекращении нарушения, Комиссия приходит к выводу предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства ПАО не выдавать.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства Российской Федерации № 1922 от 24.11.2020 г., Комиссия,

### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу, распространяемую посредством СМС-сообщения на абонентский номер без его предварительного согласия ненадлежащей и нарушающей ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.
3. Передать материалы дела №056/05/18-124/2024 уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной

службы по Оренбургской области для решения вопроса о возбуждении в отношении ПАО ..... дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в порядке, установленном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации

Яз....

461040, Оренбургская область,  
....

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу №056/05/18-124/2024**

ПАО «М...»

127006, город Москва.....

Резолютивная часть решения  
оглашена «07» мая 2024 года.

Решение изготовлено в полном объеме «22» мая 2024 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области (далее по тексту – Комиссия) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

.... – председателя Комиссии, Руководителя Управления;

... – члена Комиссии, ведущего специалиста - эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

... – члена Комиссии, специалиста - эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

в отсутствие:

- заявителя – .

- ответчика – ПАО ...

рассмотрев дело №056/05/18-124/2024, возбужденное в отношении рекламодателя ПАО .... по признакам нарушения требований, установленных частью 1 статьи 18 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006г. (далее по тексту – ФЗ «О рекламе») выразившихся в распространении рекламы путем использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение такой рекламы,

### **УСТАНОВИЛА:**

В адрес Оренбургского УФАС России .... поступило заявление Яз.... по факту получения 26.08.2023 года в 15:24 нежелательного СМС-сообщения с буквенного номера .... на его абонентский номер +79..... без предварительного согласия следующего содержания: *«Деньги до зарплаты на вашу банковскую карту - до 14 000 рублей. Возвращать можно 21 день без процентов. Потратьте одобренную сумму на любые покупки или снимите наличными. Оформить легко и быстро можно через наше приложение:»».*

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» 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.

В соответствии с ч. 1 ст. 18 ФЗ «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.

Согласно пп. 3 п. 15 Постановление Пленума ВАС РФ 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.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено именно на распространение рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя.

Проанализировав имеющиеся материалы и действующее законодательство, Комиссией установлено следующее.

Положения ФЗ «О рекламе» относительно обязанности рекламораспространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы.

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.

Яз..... при заключении вышеуказанного договора выразил отказ от получения рекламы, что подтверждается копией договора, представленной в адрес антимонопольного органа, иные документы, подтверждающие/опровергающие данный факт, у заявителя, как у слабой стороны правоотношений, отсутствуют.

Таким образом, представленный Обществом договор не может быть принят в качестве доказательства, подтверждающего наличие согласия со стороны заявителя на получение рекламы.

Иных доказательств, позволяющих сделать вывод о том, что заявитель дал надлежащее согласие на получение рекламы, в материалы дела не представлено.

Учитывая совокупность имеющихся в деле документов и пояснений, Комиссия приходит к выводу, что Яз....при заключении Договора от ..... выразил отказ от получения рекламы при использовании услуг и сведений об абоненте, доказательства иного в материалы дела не представлены.

Таким образом, распространение вышеуказанной рекламы на абонентский номер Яз.....осуществлено в нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Следовательно, указанная реклама является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (часть 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе»).

Исходя из вышеизложенного рекламодателем является ПАО «М....» (.....).

В случае принятия Комиссией решения о признании рекламы ненадлежащей, в соответствии с ч. 3 ст. 36 ФЗ «О рекламе» решается вопрос о выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Ввиду того, что в материалах дела имеется доказательство, свидетельствующее о прекращении нарушения, Комиссия приходит к выводу предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства ПАО не выдавать.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства Российской Федерации № 1922 от 24.11.2020 г., Комиссия,

**РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу, распространяемую посредством СМС-сообщения на абонентский номер без его предварительного согласия ненадлежащей и нарушающей ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела №056/05/18-124/2024 уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области для решения вопроса о возбуждении в отношении ПАО ..... дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в порядке, установленном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации