

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

<...>,

члены Комиссии:

<...>,<...>,

рассмотрев дело №62-ФАС22-Р/04-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Конат» рекламы с признаками нарушения требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе»,

в отсутствии: заявителя,

в присутствии: лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламораспространителя ООО «Конат», в лице представителя по доверенности С,

УСТАНОВИЛА:

в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило заявление жителя г.Барнаула (вхд. №1709 от 11.03.2013г.), о распространении ООО «Конат», посредством SMS сообщения, рекламы с признаками нарушения требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Алтайским краевым УФАС России, установлено следующее: на абонентский номер <...>,

поступило SMS сообщение с рекламной информацией следующего содержания «Белоснежка дарит всем клиентам скидку 10% с 5 по 17 марта на чистку женских и мужских костюмов и платьев с 25.03 по 20.04 на чистку ковров».

В рассматриваемой рекламной информации усматриваются признаки нарушения требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», так как распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, без согласия абонента не допускается.

На заседание Комиссии представитель ООО «Конат» С. пояснила, что согласие абонента на рассылку рекламы посредством смс-сообщений было получено при заключении квитанции-договора, в котором имеется пункт «На получение смс-уведомлений согласен_____/Ф.И.О./». В качестве доказательства ООО «Конат» представлен электронный вариант квитанции-договора.

Комиссия, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Информация «Белоснежка дарит всем клиентам скидку 10% с 5 по 17 марта на чистку женских и мужских костюмов и платьев с 25.03 по 20.04 на чистку ковров» полностью соответствует легальному определению понятия «реклама».

Объектами рекламирования, на поддержание интереса к которым направлена реклама, являются: сеть центров бытовых услуг «Белоснежка», предоставляемые услуги.

Рассылка смс-сообщений осуществлялась на основании договора №404 от 01.12.2011г. на сопровождение программного модуля «Агбис.Рассылка СМС», заключенного между ООО «Компания АГБИС» и ООО «Конат». Согласно п.1.1 указанного договора Исполнитель (ООО «Компания АГБИС») по поручению Заказчика (ООО «Конат») принимает на себя обязательство по удаленной настройке и обслуживанию программного модуля «Агбис.Рассылка СМС», входящего в состав программного комплекса для автоматизации химчисток и прачечных «Агбис».

Таким образом, согласно данному договору ООО «Компания АГБИС» предоставила ООО «Конат» возможность отправки смс-сообщений посредством использования модуля «Агбис.Рассылка СМС».

В соответствии с частью 1 статьей 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.

Согласно письменным пояснениям, представленным исполнительным директором ООО «Конат» С., отдельный договор с заказчиком на отправку смс-сообщений не заключался. При сдаче вещей в химическую чистку с клиентом заключается квитанция-договор, в которой имеется отдельный пункт «На получение смс-уведомлений согласен _____/Ф.И.О./». В случае согласия клиента на получение

смс-уведомлений клиент указывает номер телефона и ставит свою подпись. Номер телефона заявителя (<...>) зафиксирован в электронном варианте квитанции договора №33319 от 17.03.2010г., заключенного с клиентом Ф. Бумажный вариант указанной квитанции у ООО «Конат» не сохранился».

Электронный вариант квитанции-договора не может быть принят Комиссией в качестве доказательства согласия абонента на получение посредством смс-сообщений рекламы, поскольку в представленном договоре отсутствуют подписи сторон. Кроме того, пункт квитанции, на который ссылается ООО «Конат», даже в случае его заполнения потребителем не может являться доказательством его согласия на получение рекламы. Иные доказательства наличия согласия абонента номера <...> на получение рекламных смс-сообщений ООО «Конат» не представлены.

Данные обстоятельства свидетельствуют об отсутствии согласия абонента (заявителя) на распространение рекламы услуг ООО «Конат» (центров бытовых услуг «Белоснежка») посредством смс-сообщений.

Как установлено материалами дела, распространение рекламы «Белоснежка дарит всем клиентам скидку 10% с 5 по 17 марта на чистку женских и мужских костюмов и платьев с 25.03 по 20.04 на чистку ковров» произошло без согласия абонента номера <...>, что нарушает требования части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, Комиссией установлен факт нарушения ООО «Конат» части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе признается, согласно статьей 3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

Ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», несет, согласно статье 38 настоящего Федерального закона, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно представленным материалам, рекламораспространителем рассматриваемой рекламной информации является ООО «Конат».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «Белоснежка дарит всем клиентам скидку 10% с 5 по 17 марта на чистку женских и мужских костюмов и платьев с 25.03 по 20.04 на чистку ковров», поскольку при ее распространении нарушены требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать рекламораспространителя ООО «Конат» нарушившим требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
3. Выдать ООО «Конат» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для возбуждения производства по делу об административном правонарушении и проведении административного расследования, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.