

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 3-18-74/77-14

«03» июля 2015 г. 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) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – А.В. Дерманца, К.С. Сучковой,

рассмотрев дело № 3-18-74/77-14 в отношении ПАО «Мегафон», ЗАО «МегаЛабс», ООО «ОСК», ООО «Девино Телеком», ООО «АЦМ», ООО «Инстам» по факту распространения на номер телефона (...) от отправителя AudiYZ (номер <...> в соответствии с детализацией услуг связи — +7-926-200-03-31) 11.07.2014 в 13:08 рекламы в форме СМС-сообщения с текстом: «Ув. Юрий! 38 Ауди из аукционной партии. Цена до подорожания + выгода до 250 000 + дополнительные бонусы в выходные дни! Предложение действует до 13 июля. Звоните: +7(495)795-00-88», с признаками нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы,

в отсутствие лиц, в действиях которых усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе — ПАО «Мегафон», ЗАО «МегаЛабс», ООО «ОСК», ООО «Девино Телеком», ООО «АЦМ», ООО «Инстам» (надлежащим образом уведовлены),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-18-74/77-14 возбуждено на основании обращения физического лица (вх. № 25924 от 21.07.2014) в отношении ПАО «Мегафон», ЗАО «МегаЛабс», ООО «ОСК», ООО «Девино Телеком», ООО «АЦМ», ООО «Инстам» по факту поступления 11.07.2014 в 13:08 на номер телефона (...) от отправителя «AudiYZ» рекламы следующего содержания: «Ув. Юрий! 38 Ауди из аукционной партии. Цена до подорожания + выгода до 250 000 + дополнительные бонусы в выходные дни! Предложение действует до 13

июля. Звоните: +7(495)795-00-88».

Комиссия Московского УФАС России, исследовав материалы дела, оценив доказательства в их совокупности и взаимной связи, установила следующее.

Согласно материалам дела № 3-18-74/77-14, на номер телефона (...) 11.07.2014 в 13:08 поступила реклама следующего содержания: «Ув. Юрий! 38 Ауди из аукционной партии. Цена до подорожания + выгода до 250 000 + дополнительные бонусы в выходные дни! Предложение действует до 13 июля. Звоните: +7(495)795-00-88», с указанием отправителя - «AudiYZ» (номер <...> в соответствии с детализацией услуг связи — +7-926-200-03-31).

Поступление указанной рекламы на номер телефона (...) подтверждается фотографией экрана мобильного телефона, содержащей текст рассматриваемого сообщения, а также детализированной выпиской от оператора связи, представленной физическим лицом в материалы дела № 3-18-74/77-14 (вх. № 25924 от 21.07.2014).

Согласно пункту 1 статьи 3 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.

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 - любые 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.

Между тем, такая персонализация, а равно более широкое толкование понятия рекламы прямо следует в рассматриваемом случае из диспозиции части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

В тексте такой рекламы присутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Однако текст такой рекламы не содержит в себе указания на конкретного адресата, и не является индивидуализированным, таким образом, реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона 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.

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.

Рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания потребителей к акции, проводимой ООО «АЦМ», и может быть воспринята любым потенциальным потребителем.

В материалы дела не представлено доказательств направления смс-сообщений следующего содержания: «Ув. Юрий! 38 Ауди из аукционной партии. Цена до подорожания + выгода до 250 000 + дополнительные бонусы в выходные дни! Предложение действует до 13 июля. Звоните: +7(495)795-00-88» исключительно в адрес одного физического лица — заявителя.

Таким образом, информация, распространенная посредством отправки на номер телефона (...), направлена на привлечение внимания к акции, проводимой ООО «АЦМ» и признана Комиссией Московского УФАС России рекламой.

Исходя из материалов дела № 3-18-74/77-14, указанная реклама распространялась на основании последовательно заключенных договоров.

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.

Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

Между тем, ООО «Инстам» в материалы дела представлены документы, подтверждающие наличие согласия абонента телефонного номера (...) на получение рассматриваемой рекламы, а именно расписка от 28.09.2012, содержащая согласие Егорова Ю.С. на получение рекламы, в том числе посредством рассылки смс-сообщений.

Таким образом, установлено, что реклама следующего содержания: «Ув. Юрий! 38 Ауди из аукционной партии. Цена до подорожания + выгода до 250 000 + дополнительные бонусы в выходные дни! Предложение действует до 13 июля. Звоните: +7(495)795-00-88», распространена ПАО «МегаФон», ЗАО «МегаЛабс», ООО «ОСК», ООО «Девино Телеком», ООО «АЦМ», ООО «Инстам» на телефонный номер <...> принадлежащий Егорову Ю.С., с согласия названного абонента.

На основании изложенного, признаков нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении 11.07.2014 в 13:08 на телефонный

номер <...> рекламы следующего содержания: «Ув. Юрий! 38 Ауди из аукционной партии. Цена до подорожания + выгода до 250 000 + дополнительные бонусы в выходные дни! Предложение действует до 13 июля. Звоните: +7(495)795-00-88» Комиссией Московского УФАС России не установлено.

На основании изложенного, руководствуясь подпунктом «а» пункта 36 части 4 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 3-18-74/77-14 в отношении ПАО «Мегафон», ЗАО «МегаЛабс», ООО «ОСК», ООО «Девино Телеком», ООО «АЦМ», ООО «Инстам» прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства РФ о рекламе.