

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/18-18996/2019

«26» июня 2020 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) в составе:

председателя Комиссии: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/18-18996/2019 по признакам нарушения ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» 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 смс-сообщений от отправителя Nissan следующего содержания:

«Встречайте новый Nissan Qashqai: изящный внешний вид, комфортный интерьер, современные технологии. Узнавайте больше о специальном кредитном предложении на новый автомобиль: sms.nissan.ru/53608791», поступившей 01.04.2019 в 14:11, «Уважаемая Сиринэ, уведомляем Вас об открытии нового дилерского центра Nissan «Major Auto» по адресу: г. Москва, д. Говорово, 47 км МКАД. Также мы будем рады видеть Вас в любом из наших дилерских центров, полный список которых доступен на sms.nissan.ru/74413554», поступившей 27.05.2019 в 11:07, в отсутствие предварительного согласия абонента,

в присутствии представителя ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» в лице <...> (по доверенности № 096/2020 от 01.01.2020),

в отсутствие ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-18996/2019 возбуждено в отношении ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» на основании обращения физического лица и материалов по факту распространения на телефонный номер <...> посредством СМС-сообщений от отправителя Nissan следующей рекламы:

«Встречайте новый Nissan Qashqai: изящный внешний вид, комфортный интерьер, современные технологии. Узнавайте больше о специальном кредитном предложении на новый автомобиль: sms.nissan.ru/53608791», поступившей 01.04.2019 в 14:11, «Уважаемая Сиринэ, уведомляем Вас об открытии нового дилерского центра Nissan «Major Auto» по адресу: г. Москва, 2020-41663(1)

2

д. Говорово, 47 км МКАД. Также мы будем рады видеть Вас в любом из наших дилерских центров, полный список которых доступен на sms.nissan.ru/74413554», поступившей 27.05.2019 в 11:07, в отсутствие предварительного согласия абонента.

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.

ПАО «Мегафон» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 15.07.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027809169585; ИНН 7812014560, КПП 770701001.

АО «МегаЛабс» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 25.05.2005 за основным государственным регистрационным номером 1057747083767, ИНН/КПП 7713556058/770701001.

ООО «СМС Трафик» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 28.01.2005 за основным государственным регистрационным номером 1057746117384; ИНН 7705642257, КПП 772301001.

ООО «ДМ Базис» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 05.10.2007 за основным государственным регистрационным номером 1077760971529, ИНН: 7720595361, КПП: 772001001.

ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 20.06.2006

за основным государственным регистрационным номером 5067847096609, ИНН: 7842337791, КПП: 780201001.

Каждое из указанных юридических лиц является действующим, сведений о прекращении деятельности не имеется.

Поступление указанных рекламных сообщений на номер телефона <...> подтверждается снимками экрана, содержащим текст рассматриваемых сообщений, а также детализированной выпиской, представленной заявителем и ПАО «ВымпелКом».

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» (далее — Закон о связи) абонент — пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих 2020-41663(1)

3

целей абонентского номера или уникального кода идентификации; электросвязь - любые излучения, 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 распространенных СМС-сообщений.

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.

Вместе с тем, в тексте рассматриваемой рекламы присутствует имя лица, на восприятие которого направлена распространенная информация.

Однако Комиссия приходит к выводу, что обращение к абоненту в данном случае не является фактором, определенно идентифицирующим получателя распространяемой информации. Подобное обращение к потенциальному клиенту является нормальным общепринятым поведением в обществе, соответствующим правилам обычного и делового этикета и лишь свидетельствует о клиентоориентированной направленности деятельности рекламораспространителя при продвижении своей продукции на рынке.

При этом в случае направления посредством смс-сообщения 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

2020-41663(1)
4

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 материалы дела не представлено доказательств направления спорных смс-сообщений исключительно в адрес одного физического лица — заявителя. 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.

Рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к услугам автодилера, имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению.

Таким образом, информация, распространенная посредством отправки на номер телефона <...> смс-сообщений, отвечает всем признакам рекламы:

распространена посредством смс-сообщения; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку из текста информационного сообщения не представляется возможным установить, для кого именно создано данное сообщение и на восприятие кого оно направлено; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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 ВАС Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента 2020-41663(1)

5

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.

При этом из диспозиции части 1 статьи 18 Закона о рекламе следует, что абонент должен совершить активное действие по выражению своего желания на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера <...>, согласие на получение спорной рекламы ПАО «МегаФон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» он не давал.

Факт того, что заявитель является владельцем телефонного номера <...> подтверждается материалами и сведениями, предоставленными ПАО «ВымпелКом», и не оспаривается лицами, участвующими в деле.

Из письменных пояснений ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» следует, что абонент телефонного номера <...> Вильданова Сирина Аминовна оставила указанный номер при заполнении анкеты на сервисное обслуживание ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС», где рядом с графой «Настоящим я подтверждаю, что согласен получать информацию о товарах, услугах и

мероприятиях с помощью средств связи (интернет, смс, телефонных звонков, почты)» данным клиентом была проставлена галочка в графе «Да». Таким образом, из пояснений ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» следует, что спорная реклама была направлена с согласия абонента телефонного номера <...>.

В свою очередь, Комиссией установлено, что Вильданова Сиринэ Аминовна не является абонентом телефонного номера <...>, каких-либо доказательств наличия соответствующего согласия именно от абонента телефонного номера <...> (заявителя) сторонами по делу не представлено. Вместе с тем, формулировка данного пункта согласия на получение информации об услугах не может свидетельствовать о выраженном желании заявителя получать на свой телефонный номер именно рекламу.

Само по себе то обстоятельство, что из содержания спорных сообщений следует некая новая для потребителя информация, а именно о возможности покупки автомобиля в конкретном дилерском центре и в кредит, не может свидетельствовать о переходе таких сообщений в категорию исключительно информационных, а равно об отсутствии квалифицирующих признаков рекламы. Так, распространение рекламы подразумевает сообщение 2020-41663(1)

6

неопределенному кругу лиц некой новой ранее неизвестной ему информации, получив которую, потребитель заинтересуется рекламируемым продуктом. Между тем новостная составляющая рекламы не является признаком, исключающим иные цели ее распространения - стимулирование потребительского спроса и привлечение внимания потребителей к определенному продукту или побуждение покупателя приобрести продукт в определенном месте либо воспользоваться услугами определенного лица. Само по себе понятие информации шире понятия рекламы, и реклама является лишь одним из видов информации.

Положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности распространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы.

Исходя из вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что реклама, поступившая на телефонный номер <...> от отправителя Nissan, была направлена в отсутствие надлежащего согласия абонента на ее получение. Лицами, участвующими в деле, как распространителями данной рекламы, надлежащих доказательств наличия такого согласия не представлено. В свою очередь, обязанность доказывания того, что абонент согласился на получение рекламы, лежит именно на них. 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, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Таким образом, учитывая особое внимание законодателя к распространению рекламы посредством сетей электросвязи и установленным правилам для возможности ее направления абонентам, следует

руководствоваться более жесткими требованиями и в каждом конкретном случае учитывать именно наличие прямого согласия абонента на получение рекламы.

Положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности распространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы.

Следовательно для приобретения законного права на направление абоненту рекламы лицо должно сначала получить такое согласие, а только потом осуществлять рассылку абоненту.

На основании вышеизложенного Комиссия Московского УФАС России 2020-41663(1)

7

приходит к выводу, что реклама, поступившая на номер телефона <...> от отправителя Nissan в отсутствие согласия абонента на ее получение, нарушает положения части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» в настоящем случае не предприняли достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение посредством смс-сообщений на телефонный номер <...> от отправителя Nissan рекламы:

«Встречайте новый Nissan Qashqai: изящный внешний вид, комфортный интерьер, современные технологии. Узнавайте больше о специальном кредитном предложении на новый автомобиль: sms.nissan.ru/53608791», поступившей 01.04.2019 в 14:11, «Уважаемая Сиринэ, уведомляем Вас об открытии нового дилерского центра Nissan «Major Auto» по адресу: г. Москва, д. Говорово, 47 км МКАД. Также мы будем рады видеть Вас в любом из наших дилерских центров, полный список которых доступен на sms.nissan.ru/74413554», поступившей 27.05.2019 в 11:07, с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе является ненадлежащим.

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

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространителем 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.

При этом законодательно установленное определение распространителя рекламы в зависимости от обязательной осведомленности им относительно ее содержания не поставлено.

Из материалов дела следует, что указанная реклама распространялась на основании последовательно заключенных договоров:

- договора № РМИ-МГФ-01012017 от 01.01.2017, заключенного

между ПАО «МегаФон» и АО «МегаЛабс» (далее — Договор 1);

- договора № ДМИ-СМСТРФК-01072016 от 01.07.2016, заключенного между АО «МегаЛабс» и ООО «СМС-Трафик» (далее — Договор 2);
- договора № 587/16 от 25.10.2016, заключенного между ООО «СМС-Трафик» и ООО «ДМ Базис» (далее — Договор 3);
- договора № 1452/0515 от 01.04.2015 и дополнительного соглашения № 2020-41663(1)

8

30 от 01.04.2017 к нему, заключенных между ООО «ДМ Базис» и ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» (далее — Договор 4).

В соответствии с пунктом 2.1 Договора 1 ПАО «Мегафон» обязуется оказывать АО «МегаЛабс» за вознаграждение услуги, а АО «МегаЛабс» обязуется оплачивать их в порядке и сроки, предусмотренные соглашением и приложением к нему.

В соответствии с пунктом 3.1 Договора 1 в рамках оказания услуги ПАО «Мегафон» обязуется предоставить АО «МегаЛабс» доступ к интерфейсу для размещения рекламно-информационных материалов АО «МегаЛабс» среди абонентов.

При этом согласно разделу 1 Договора 1 под услугой понимается услуга по размещению посредством каналов коммуникации рекламно-информационных материалов АО «МегаЛабс» (клиента АО «МегаЛабс») среди абонентов, а также по предоставлению доступа к интерфейсу и поддержке функционирования интерфейса. Абонентом является пользователь услуг связи, с которым ПАО «Мегафон» заключен договор об оказании таких услуг. Под интерфейсом понимаются программные средства ПАО «Мегафон», используемые для управления услугой. Рекламно-информационными материалами (далее — РИМ) являются сообщения, баннеры, направленные на информирование об оказываемых (оказанных) услугах АО «МегаЛабс» (клиента АО «МегаЛабс»), или на привлечение внимания к объекту рекламирования,

предоставленные

АО

«МегаЛабс»

(клиентом

АО «МегаЛабс»), предназначенные для размещения с помощью каналов коммуникации.

В силу пункта 3.2 Договора 1 размещение РИМ АО «МегаЛабс» среди абонентов может осуществляться исключительно с использованием подписи. Согласно разделу 1 Договора 1 под подписью понимается индивидуальная символьная подпись, выбранная АО «МегаЛабс» (клиентом АО «МегаЛабс») для указания в качестве имени отправителя при размещении РИМ, которая будет отображена абоненту в получаемом SMS/MMS-сообщении. В качестве подписи отправителя может использоваться цифровой идентификатор.

Цифровым идентификатором является комбинация цифр, которая на основании отдельного соглашения, заключенного между ПАО «Мегафон» и АО «МегаЛабс» (клиентом АО «МегаЛабс»), присваивается АО «МегаЛабс» (клиенту АО «МегаЛабс») и может быть использована для указанная в качестве

имени отправителя при размещении РИМ.

В соответствии с пунктом 3.3 Договора 1 АО «МегаЛабс» (клиент АО «МегаЛабс») в случае возникновения необходимости осуществления рассылки РИМ формирует SMS/MMS/USSD-сообщение, баннеров с помощью интерфейса. Действия доверенного лица, то есть сотрудника АО «МегаЛабс» или клиента АО «МегаЛабс», которому АО «МегаЛабс» (клиент АО «МегаЛабс») предоставил возможность пользоваться интерфейсом, по формированию

SMS/MMS/USSD-сообщения, баннеров посредством
2020-41663(1)

9

интерфейса считаются направлением ПАО «Мегафон» оферты в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

При этом согласно пункту 3.4 Договора 1 все действия доверенного лица, совершенные с использованием учетных данных, признаются действиями АО «МегаЛабс». Учетными данными, согласно разделу 1 Договора 1, являются средства идентификации АО «МегаЛабс» (клиента АО «МегаЛабс») при использовании услуг посредством интерфейса, выдаваемые ПАО «Мегафон».

Согласно пункту 3.6 Договора 1 в случае размещения РИМ среди абонентов из базы абонентов АО «МегаЛабс» АО «МегаЛабс» обязуется до размещения РИМ получить согласие абонентов на получение рекламы, использование их абонентских номеров, а также персональных данных (в случае их использования в РИМ).

В соответствии с пунктом 4.3 Договора 1 ПАО «Мегафон» вправе осуществлять проверку размещаемых посредством интерфейса SMS/MMS/USSD-сообщений, баннеров на предмет их соответствия действующему законодательству Российской Федерации, в том числе на основании требований уполномоченных государственных органов или ПАО «Мегафон», и условиями соглашения. Оператор вправе осуществлять проверку надлежащего исполнения АО «МегаЛабс» условий соглашения.

В силу пункта 4.7 Договора 1 АО «МегаЛабс» при размещении РИМ среди абонентов из базы абонентов партнера, гарантирует наличие надлежащим образом оформленных согласий таких абонентов на получение рекламы. В силу пункта 4.10 Договора 1 в случае размещения РИМ среди абонентов из базы абонентов АО «МегаЛабс» АО «МегаЛабс» обязуется использовать в интерфейсе только те абонентские номера, по которым АО «МегаЛабс» получено предварительное согласие абонентов на получение рекламы. В случае неподтверждения либо отзыва согласия абонента на получение РИМ АО «МегаЛабс» обязуется незамедлительно прекратить размещение SMS/MMS/USSD-сообщений, баннеров посредством интерфейса, в том числе при поступлении сведений об отсутствии либо отзыве согласия от ПАО «Мегафон».

В соответствии с пунктом 4.11 Договора 1 в случае размещения РИМ среди абонентов из базы АО «МегаЛабс» АО «МегаЛабс» обязано по требованию ПАО «Мегафон» предоставить письменное согласие абонента на получение рекламы в течение 3 рабочих дней.

Согласно пункту 4.4 Договора 1 ПАО «Мегафон» имеет право незамедлительно прекращать размещение среди абонентов SMS/MMS/USSD-сообщений, баннеров АО «МегаЛабс», в том числе, если они не соответствуют действительности, требованиям действующего законодательства Российской Федерации, внутренним стандартам ПАО «Мегафон», могут нанести ущерб

деловой репутации ПАО «Мегафон»; не получено либо отозвано согласие абонента на получение рекламы при размещении РИМ среди абонентов из Базы абонентов ПАО «Мегафон»; у ПАО «Мегафон» имеются сведения об 2020-41663(1)

10

отзыве абонентом согласия на получение рекламы при размещении РИМ среди абонентов из базы абонентов АО «МегаЛабс»; они не соответствуют требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 2.1 Договора 2 АО «МегаЛабс» обязуется оказывать ООО «СМС Трафик» за вознаграждение услуги, а ООО «СМС Трафик» обязуется оплачивать их в порядке и сроки, предусмотренные Договором, приложениями к нему и заявками.

В соответствии с пунктом 3.1 Договора 2 в рамках оказания услуги АО «МегаЛабс» обязуется предоставить ООО «СМС Трафик» доступ к интерфейсу для размещения рекламно-информационных материалов ООО «СМС Трафик» среди абонентов.

При этом согласно разделу 1 Договора 2 под услугой понимается услуга по размещению посредством каналов коммуникации рекламно-информационных материалов ООО «СМС Трафик» среди абонентов, по предоставлению доступа к интерфейсу и поддержке функционирования интерфейса. Абонентом является пользователь услуг связи, с которым оператором заключен договор об оказании таких услуг. Под интерфейсом понимаются программные средства АО «МегаЛабс», используемые для управления услугой. Рекламно-информационными материалами (далее — РИМ) являются сообщения, направленные на информирование об оказываемых (оказанных) услугах ООО «СМС Трафик», или на привлечение внимания к объекту рекламирования, предоставляемые

ООО «СМС Трафик»,

предназначенные для размещения с помощью каналов коммуникации.

В силу пункта 3.2 Договора 2 размещение РИМ ООО «СМС Трафик» среди абонентов может осуществляться исключительно с использованием подписи. Согласно разделу 1 Договора 2 под подписью понимается индивидуальная символьная подпись, выбранная ООО «СМС Трафик» для указания в качестве имени отправителя при размещении РИМ, которая будет отображена абоненту в получаемом SMS/MMS-сообщении. В качестве подписи отправителя может использоваться цифровой идентификатор. Цифровым идентификатором является комбинация цифр, которая на основании отдельного соглашения, заключенного между оператором и ООО «СМС Трафик», присваивается ООО «СМС Трафик» и может быть использована для указанная в качестве имени отправителя при размещении РИМ.

В соответствии с пунктом 3.3 Договора 2 АО «МегаЛабс» оказывает услуги на основании заявок. Согласно пункту 3.6 Договора 2 ООО «СМС Трафик» в случае возникновения необходимости осуществления рассылки РИМ формирует SMS-сообщение с помощью интерфейса. Действия доверенного лица, то есть третьего лица, которому ООО «СМС Трафик» предоставил учетные данные и/или возможность пользования интерфейсом, по формированию

SMS-сообщения посредством интерфейса считаются

направлением АО «МегаЛабс» оферты в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации. При этом согласно пункту 3.7

2020-41663(1)

Договора 2 все действия доверенного лица признаются действиями ООО «СМС Трафик».

Согласно пункту 3.6 Договора 1 в случае размещения РИМ среди абонентов из базы абонентов ООО «СМС Трафик» ООО «СМС Трафик» обязуется получить согласие абонентов на получение рекламы, использование их абонентских номеров, а также персональных данных (в случае их использования в РИМ) для целей размещения РИМ. Письменное согласие должно в обязательном порядке содержать абонентский номер <...> по которому абонент дал согласие на получение SMS-сообщений.

В соответствии с пунктом 4.3 Договора 2 АО «МегаЛабс» вправе осуществлять проверку размещаемых посредством интерфейса SMS-

сообщений на предмет их соответствия действующему законодательству Российской Федерации, в том числе на основании требований уполномоченных государственных органов или оператора, и условиями Договора 2

АО «МегаЛабс» вправе осуществлять проверку надлежащего исполнения ООО «СМС Трафик» условий Договора 2.

В силу пункта 4.7 Договора 2 ООО «СМС Трафик» при размещении РИМ среди абонентов из базы абонентов ООО «СМС Трафик», гарантирует наличие надлежащим образом оформленных согласий таких абонентов на получение рекламы. В силу пункта 4.11 Договора 2 ООО «СМС Трафик» обязуется использовать в интерфейсе только те абонентские номера, по которым ООО «СМС Трафик» получено предварительное согласие абонентов на получение рекламы. В случае неподтверждения либо отзыва согласия абонента на получение РИМ от ООО «СМС Трафик» ООО «СМС Трафик» обязуется незамедлительно прекратить размещение SMS-сообщений посредством интерфейса, в том числе при поступлении сведений об отсутствии либо отзыве согласия от АО «МегаЛабс».

В соответствии с пунктом 4.12 Договора 2 в случае размещения РИМ среди абонентов из базы ООО «СМС Трафик» ООО «СМС Трафик» обязано по требованию АО «МегаЛабс» и/или оператора предоставить письменное согласие абонента на получение рекламы в течение 3 рабочих дней.

Согласно пункту 4.4 Договора 2 АО «МегаЛабс» имеет право незамедлительно прекращать размещение среди абонентов SMS-сообщений ООО «СМС Трафик», в том числе, если они не соответствуют действительности, требованиям действующего законодательства Российской Федерации, внутренним стандартам АО «МегаЛабс» и/или оператора, могут нанести ущерб деловой репутации АО «МегаЛабс» и/или оператора; не получено либо отозвано согласие абонента на получение рекламы при размещении РИМ среди абонентов из Базы абонентов оператора; у АО «МегаЛабс» имеются сведения об отзыве абонентом согласия на получение рекламы при размещении РИМ среди абонентов из базы абонентов ООО «СМС Трафик»; они не соответствуют требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

2020-41663(1)

В соответствии с разделом 2 Договора 3 ООО «СМС Трафик» обязуется оказывать ООО «ДМ Базис» услуги доступа к системе (далее — услуги), а ООО «ДМ Базис» обязуется оплачивать услуги на условиях, предусмотренных Договором 3. ООО «ДМ Базис» оказывает услуги в соответствии Правилами

оказания услуг (далее — Правила). ООО «ДМ Базис», пользуясь услугами, заказывает тем самым ООО «СМС Трафик» обеспечить в частности: комплекс необходимых технических и организационных мероприятий, обеспечивающих рассылку сообщений, в том числе по сети подвижной радиотелефонной связи (то есть массовую отправку одинаковых сообщений абонентам с целью распространения какой-либо информации); комплекс необходимых технических и организационных мероприятий, обеспечивающих передачу абонентам индивидуальных сообщений, содержащих цифровые, буквенные или буквенно-цифровые сочетания (например, коды, пароли), а также иных адресных сообщений, содержащих различную информацию.

В соответствии с разделом 1 Договора 3 под абонентом понимается пользователь услуг связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации, являющийся одновременно пользователем услуг ООО «ДМ Базис» и обменивающийся с ООО «ДМ Базис» сообщениями. Сообщением является информация, отправленная абоненту, которая может быть получена, зафиксирована и доступна для обработки, извлечения и восприятия на абонентском устройстве. Под СПАМом понимается сообщение, предназначенное неопределенному кругу лиц, доставленное абоненту (абонентам) без его (их) предварительного согласия или не позволяющее определить отправителя этого сообщения, в том числе ввиду указания в нем несуществующего или фальсифицированного имени отправителя.

В силу пункта 3.2.2 Договора 3 ООО «ДМ Базис» обязано в случаях, предусмотренных законом, получить от абонента, которому ООО «ДМ Базис» планирует отправлять сообщение, предварительное согласие, выраженное посредством совершения абонентом действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение сообщения. Сообщение считается отправленным без предварительного согласия абонента, если ООО «ДМ Базис» не докажет, что такое согласие было получено.

Согласно пункту 12.1 Правил не допускается со стороны ООО «ДМ Базис» отправлять через систему спам-сообщения, сообщения оскорбительного или клеветнического характера, сообщения, разжигаящие национальную, расовую или религиозную рознь, сообщения порнографической направленности, сообщения, нарушающие нормы, действующего законодательства Российской Федерации.

Также согласно пункту 15.2 Правил ООО «ДМ Базис» обязуется сообщать в течение 1 (Один) рабочего дня ООО «СМС Трафик» абонентские номера абонентов, выразивших отказ от получения сообщений от ООО «ДМ 2020-41663(1)

13
Базис», для включения ООО «СМС Трафик» данных номеров в стоп-лист абонентов.

Согласно пункту 3.3.1 Договора 3 ООО «СМС Трафик» вправе в случаях, предусмотренных законом, требовать от ООО «ДМ Базис» предоставления ООО «СМС Трафик», оператору или уполномоченному органу государственной власти документа, подтверждающего согласие абонента, указанное в пункте 3.2.2 Договора 3.

При этом в соответствии с пунктом 5.4 Договора 3 в случае нарушения условий пункта 12 Правил, ООО «СМС Трафик» немедленно приостанавливает оказание услуг. Кроме того, в силу пункта 7.3 Договора 3 при нарушении ООО

«ДМ Базис» пункта 12 Правил ООО «СМС Трафик» имеет право немедленно в одностороннем внесудебном порядке отказаться от исполнения Договора 3. В соответствии с пунктом 1.1 Договора 4 ООО «Ниссан Мэнуфэкчуринг РУС» поручает, а ООО «ДМ базис» обязуется за вознаграждение оказать первому в порядке и сроки, установленные настоящим договором, услуги, выполнить работы в области CRM в соответствии с дополнительными соглашениями к данному договору.

Согласно разделу 1 дополнительного соглашения к Договору 4 ООО «Ниссан Мэнуфэкчуринг РУС» поручает, а ООО «ДМ базис» обязуется за вознаграждение оказать первому в порядке и сроки, установленные настоящим дополнительным соглашением, следующие услуги: организовать рассылку смс сообщений, сформированных ООО «Ниссан Мэнуфэкчуринг РУС», по предоставленной ООО «Ниссан Мэнуфэкчуринг РУС» базе данных клиентов. Согласно пункту 1.4 дополнительного соглашения к Договору 4 услуги должны быть оказаны/работы выполнены ООО «ДМ базис» с надлежащим качеством в соответствии с требованиями, установленными настоящим дополнительным соглашением, договором, действующим законодательством и иными нормативными документами.

В силу пункта 5.2 дополнительного соглашения к Договору 4 ООО «Ниссан Мэнуфэкчуринг РУС» несет полную ответственность перед ООО «ДМ базис», адресатами смс-рассылки, государственными органами и третьими лицами за факт и содержание переданных сообщений, самостоятельно предоставляет в соответствующие государственные органы сведения и отчеты, за собственный счет получает необходимые лицензии и разрешения (за исключением тех, которые должен иметь ООО «ДМ базис» в связи с исполнением условий дополнительного соглашения), гарантирует получение согласия адресатов смс-рассылки на рассылку (передачу) им сообщений ООО «Ниссан Мэнуфэкчуринг РУС». ООО «ДМ базис» несет ответственность за рассылку информации тем адресатам, которые содержались в базе данных ООО «Ниссан Мэнуфэкчуринг РУС», предоставленной для смс-рассылок, и при этом не давали разрешения на получение сообщений.

Исходя из анализа упомянутых положений договоров представляется возможным сделать вывод о том, что распространение смс-сообщений 2020-41663(1)

14
осуществляется путем их передачи между ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнуфэкчуринг РУС» в целях непосредственного доведения таких сообщений до их конечных получателей.

Таким образом, каждое лицо, участвующее в деле, является неотъемлемой частью правоотношений, складывающихся в процессе передачи смс-сообщений конечным потребителям. Отсутствие любого из них в этих правоотношениях сделает распространение указанных сообщений невозможным.

Согласно статье 309 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее — ГК РФ) обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований — в соответствии с обычаями или иными обычно предъявляемыми требованиями. ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнуфэкчуринг РУС» в настоящем случае не

предприняли достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Кроме того, исходя из положений договоров, следует, что субъекты приняли на себя обязанность по соблюдению требований законодательства Российской Федерации, в том числе законодательства о рекламе, при распространении рекламных сообщений, а также по осуществлению отправки сообщений только тем пользователям, которые выразили свое согласие на их получение.

В этой связи действия лиц, участвующих в деле, противоречат ранее приведенным положениям договоров и, кроме того, не имеют правового значения, поскольку данные лица были осведомлены о цели использования предоставляемых ими услуг, а именно о рассылке смс-сообщений информационного и рекламного характера неопределенному кругу лиц. Обратного ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» не доказано, в связи с чем не представляется возможным говорить о том, что на Общества не могут быть возложены обязанности, предъявляемые к рекламораспространителям. Желание лиц, участвующих в деле, получать обусловленную договором плату за оказание услуг по передаче СМС-сообщений, в том числе, рекламного характера и при этом избегать ответственности за нарушение законодательства о рекламе при их передаче представляет собой исключительное злоупотребление правом, которое в силу части 2 статьи 10 ГК РФ не подлежит судебной защите.

Кроме того, согласно части 1 статьи 2 ГК РФ предпринимательская деятельность направленная на систематическое извлечение прибыли, осуществляется субъектом на свой риск. Право общества на осуществление предпринимательской деятельности не должно нарушать права и интересы

2020-41663(1)
15

лица, не изъявившего желание получать рекламные сообщения.

В этой связи, заключив вышеупомянутые договоры, ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» приняли на себя все обязательства по указанным договорам (в том числе по направлению сообщений только лицам, изъявившим согласие на их получение) со всеми вытекающими правовыми последствиями их исполнения, в том числе и в случае, когда исполнение этих обязательств нарушает требования законодательства Российской Федерации о рекламе. Комиссией

Московского

УФАС

России

установлено,
что ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» осуществили распространение рассматриваемой рекламы на телефонный номер <...> в силу имеющихся между ними гражданско-правовых отношений.

Каждый из хозяйствующих субъектов осуществил конкретное

фактическое действие, в силу которых рассматриваемая реклама была доставлена конечному адресату - заявителю. В случае отсутствия последовательности выше установленных действий ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» рассматриваемые сообщения не достигли бы конечного адресата — потребителя рекламы.

На основании изложенного, учитывая то обстоятельство, что действия по непосредственному доведению смс-сообщений до их конечных получателей осуществлены лицами, участвующими в деле, а также то, что они были осведомлены относительно содержания передаваемых сообщений и о цели оказания ими соответствующих услуг, в данном случае имеются все основания считать ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС»

рекламораспространителями в понимании пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе. Таким образом ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» являются распространителями рекламы, направленной посредством смс-сообщений на телефонный номер <...> от отправителя Nissan следующего содержания: «Встречайте новый Nissan Qashqai: изящный внешний вид, комфортный интерьер, современные технологии. Узнавайте больше о специальном кредитном предложении на новый автомобиль: sms.nissan.ru/53608791», поступившей 01.04.2019 в 14:11, «Уважаемая Сиринэ, уведомляем Вас об открытии нового дилерского центра Nissan «Major Auto» по адресу: г. Москва, д. Говорово, 47 км МКАД. Также мы будем рады видеть Вас в любом из наших дилерских центров, полный список которых доступен на sms.nissan.ru/74413554», поступившей 27.05.2019 в 11:07.

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, не законной по способу распространения 2020-41663(1)

16

потребителю рекламы, ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» не представлено. Более того, такая возможность напрямую следует из совокупности прав и обязанностей, принятых на себя сторонами в силу соглашений (договоров).

Ссылки лиц, участвующих в деле, на Закон о связи, в частности на тот факт, что данным законом исключается ответственность оператора связи за рассылку его клиентами смс-сообщений, не соответствующих требованиям закона и условиям договора, не может быть приняты Комиссией Московского УФАС России в связи со следующим.

Согласно части 3 статьи 3 Закона о связи, отношения в области связи, не урегулированные Законом о связи, регулируются другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации в области связи.

Так отношения по распространению посредством средств связи рекламной информации регулируется законодательством Российской Федерации о рекламе, в том числе в части ответственности лиц, признаваемых рекламораспространителями.

Нормы Закона о связи сами по себе не исключают ответственность того или иного лица в соответствии с Законом о рекламе.

Как установлено выше, лицами, участвующими в деле, осуществляется предпринимательская деятельность по осуществлению смс-рассылок, в том числе рекламного характера, подпадающих под понятие СПАМ. Осуществление любого рода деятельности с целью извлечения прибыли влечет за собой определенные последствия, включая набор определенных рисков. Субъект договорных отношений, предполагая возможность нарушения контрагентом законодательства Российской Федерации, ответственность за которое будет нести он, может включить в договор условия о компенсации понесенных убытков. Однако, данные положения договора лишь регулируют взаимоотношения между лицами, заключившими такой договор, но не могут влиять на привлечение таких лиц к ответственности за нарушения законодательства Российской Федерации.

Таким образом, лица, участвующие в настоящем деле, в рамках рассмотрения данного дела признаются рекламодателями, а равно несут ответственность, предусмотренную Законом о рекламе для данного субъекта правоотношений.

Иное фактически выводило бы такого важного участника распространения рекламы по сетям электросвязи как оператор связи, из-под обязанности по соблюдению Закона о рекламе лишь на основании наличия соответствующей лицензии.

По мнению ПАО «Мегафон», в связи с тем, что Общество не осуществляет непосредственное направление смс-сообщений абонентам, по его мнению, нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе в его действиях 2020-41663(1)

17
отсутствуют.

Между тем Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что само по себе наличие выше рассмотренных договоров является свидетельством осуществления ПАО «Мегафон» определенных действий, направленных на доведение рекламы до ее получателей, а равно наличия у Общества статуса рекламодателя.

Вместе с тем, по смыслу приведенной нормы права, а также в целях соблюдения принципа справедливости юридической ответственности, при разрешении вопроса относительно признания лица распространителем рекламы необходимо исходить из наличия у такого лица возможности либо непосредственно ознакомиться с содержанием распространяемой рекламы, либо предполагать, что ее распространение станет возможным посредством его действий.

Следовательно, невозможно каким-либо образом снять ответственность любого из лиц, участвовавших в распространении рекламы посредством сетей электросвязи, в связи с осуществлением таким лицом даже исключительно технических функций.

Обратное может привести либо к необоснованному возложению на лицо ответственности за чужие нарушения и, как следствие, несоблюдению конституционно закрепленного частью 1 статьи 19 Конституции Российской Федерации принципа всеобщего равенства перед законом и судом и предусмотренного пунктом 1 статьи 1 ГК РФ принципа юридического равенства участников гражданских правоотношений, либо, наоборот, к злоупотреблению своими правами со стороны участников таких правоотношений, стремящихся одновременно извлечь выгоду из своего незаконного поведения и избежать ответственности за совершенные

нарушения, что противоречит законодательно закрепленным принципам добросовестности участников гражданских правоотношений (пунктом 3 статьи 1 ГК РФ), недопустимости извлечения преимуществ из своего незаконного и недобросовестного поведения (пункт 4 статьи 1 ГК РФ), запрету на злоупотребление правом (пункт 1 статьи 10 ГК РФ).

Из совокупного толкования положений рассмотренных договоров с очевидностью усматривается, что оказываемые ПАО «Мегафон» услуги используются, в том числе в целях рекламного характера, для продвижения услуг ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» и привлечения к ним максимально возможного внимания со стороны потенциальных потребителей. Таким образом, ПАО «Мегафон» является неотъемлемой частью правоотношений, складывающихся в процессе передачи смс-сообщений, в том числе рекламного характера, конечным потребителям. Отсутствие в этих правоотношениях таких звеньев, как оператор связи и иных посредников, предоставляющих доступ к различным программам по отправке смс-сообщений, сделает распространение указанных сообщений невозможным.

Оценивая

приведенные

договоры,

следует

признать,

2020-41663(1)

18

что ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» в настоящем случае были осведомлены о том, что предоставляемые ими услуги будут использоваться, в том числе, для распространения рекламы.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы посредством смс-сообщений на телефонный номер <...> от отправителя Nissan следующего содержания:

«Встречайте новый Nissan Qashqai: изящный внешний вид, комфортный интерьер, современные технологии. Узнавайте больше о специальном кредитном предложении на новый автомобиль: sms.nissan.ru/53608791», поступившей 01.04.2019 в 14:11, «Уважаемая Сиринэ, уведомляем Вас об открытии нового дилерского центра Nissan «Major Auto» по адресу: г. Москва, д. Говорово, 47 км МКАД. Также мы будем рады видеть Вас в любом из наших дилерских центров, полный список которых доступен на sms.nissan.ru/74413554», поступившей 27.05.2019 в 11:07, направленной без предварительного согласия абонента на ее получение.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения указанной рекламы, ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» не представлено.

Согласно пункту 44 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 (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай 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.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, 2020-41663(1)

19

выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» предписаний о прекращении (недопущении дальнейших) нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» нарушившими часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на телефонный номер <...> рекламы посредством смс-сообщений от отправителя Nissan следующего содержания:

«Встречайте новый Nissan Qashqai: изящный внешний вид, комфортный интерьер, современные технологии. Узнавайте больше о специальном кредитном предложении на новый автомобиль: sms.nissan.ru/53608791», поступившей 01.04.2019 в 14:11, «Уважаемая Сирина, уведомляем Вас об открытии нового дилерского центра Nissan «Major Auto» по адресу: г. Москва, д. Говорово, 47 км МКАД. Также мы будем рады видеть Вас в любом из наших дилерских центров, полный список которых доступен на sms.nissan.ru/74413554», поступившей 27.05.2019 в 11:07, направленной без

предварительного согласия абонента на ее получение.

2. Выдать ПАО «Мегафон», АО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ООО «ДМ Базис», ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>a

2020-41663(1)

20

Члены Комиссии

<...>a

<...>a

2020-41663(1)