

НАО «Национальная спутниковая  
компания»

<...>

АО «ИОТ»

<...>

Лобойко Т.

<...>

## **РЕШЕНИЕ**

по делу № 077/05/18-2363/2023

«29» июня 2023 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: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/18-2363/2023 по признакам нарушения

НАО «Национальная спутниковая компания» (ОГРН 1057747513680,

ИНН 7733547365), Лобойко Т., части 1 статьи 18 Федерального закона от  
13.03.2006 №

38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в  
распространении на

адрес электронной почты <...> посредством email-сообщения

рекламы следующего содержания: «Подтвердите вашу регистрацию и  
начинайте.

Поздравляем! Система выбрала ваш e-mail для доступа к программе,  
ожидаем

подтверждения. Вам открыт доступ к проекту «Тинькофф.Инвестиции» - заработок,

доступный каждому», поступившей 27.12.2022 в 10:07 с электронного адреса

info@tricolor-petersburg.ru,

в присутствии представителя НАО «Национальная спутниковая компания» (по

доверенности), посредством видеоконференцсвязи,

в отсутствие Лобойко Т., АО «ИОТ» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-2363/2023 возбуждено в отношении «Национальная спутниковая компания» (ОГРН 1057747513680, ИНН 7733547365), Лобойко Т. на

основании заявления физического лица по факту распространения на адрес

электронной почты <...> посредством email-сообщения рекламы

следующего содержания: «Подтвердите вашу регистрацию и начинайте. Поздравляем!

Система выбрала ваш e-mail для доступа к программе, ожидаем подтверждения. Вам

открыт доступ к проекту «Тинькофф.Инвестиции» - заработок, доступный каждому»,

поступившей 27.12.2022 в 10:07 с электронного адреса info@tricolor-petersburg.ru.

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.

Поступление указанной рекламы на электронную почту <...>

подтверждается представленными заявителем скриншотом электронного письма, а

также журнала действий (log-файл) сервера, принявшего почту.

Принимая во внимание тот факт, что заявитель представил в адрес Московского

УФАС России изображения рекламы, содержащие полный текст электронного письма, а

также сведения о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе, получателе,

журнала действий (log-файл), специалисты отдела приходят в выводу о принадлежности электронной почты <...> заявителю.

Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают,

что сайтом в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных

вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной

системе, доступ к которой обеспечивается через сеть «Интернет» по доменным именам

и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети

«Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для

адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации,

размещенной в сети «Интернет». Владелец сайта в сети «Интернет» — это лицо,

самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в

сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте.

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», 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 адресатам. В силу специфики способа распространения по сетям

электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретную

электронную почту лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о

рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер

распространенного e-mail сообщения.

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.

Резюмируя изложенное, Комиссия отмечает, что рассматриваемая реклама не

является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение

внимания к объекту рекламирования.

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 сообщений, в которых содержится

информация, направленная на привлечение внимания к предоставлению услуг

эзотерического характера, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация

направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту

рекламирования.

Таким образом, информация, распространенная посредством отправки на

электронную почту <...>, отвечает всем признакам рекламы:

распространена посредством e-mail-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 рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено.

Рекламораспространитель 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 рекламораспространителя. 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 рекламораспространителя.

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца электронной

почты <...>, согласие на получение рекламы он не давал.

Исходя из вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к

выводу, что реклама, поступившая на электронную почту <...> следующего

содержания: «Подтвердите вашу регистрацию и начинайте. Поздравляем! Система

выбрала ваш e-mail для доступа к программе, ожидаем подтверждения. Вам открыт

доступ к проекту «Тинькофф.Инвестиции» - заработок, доступный каждому»,

поступившей 27.12.2022 в 10:07 с электронного адреса info@tricolor-petersburg.ru, была

направлена в отсутствие согласия адресата на ее получение.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая



требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение рекламы на электронную почту <...>, посредством e-mail-сообщения, поступившего от отправителя info@tricolor-petersburg.ru, 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, 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, рекламодателем является лицо, осуществляющее

фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

Согласно ответу ООО «Регистратор доменов» владельцем и администратором

домена в сети Интернет по адресу tricolor-petersburg.ru является НАО «Национальная

спутниковая компания», что подтверждается самим НАО «Национальная спутниковая

компания».

Таким образом, установлено, что использование домена tricolor-petersburg.ru

осуществляется НАО «Национальная спутниковая компания».

Также, согласно log-файлу, данным служебных заголовков, спорное e-mail-

сообщение было направлено с IP-адреса 82.146.54.96.

Согласно данным Whois-сервиса, администратором блока IP-адресов, куда

входит указанный IP-адрес, является АО «ИОТ».

В свою очередь АО «ИОТ» сообщило, что получателем услуги с указанным IP-

адресом является Лобойко Татьяна.

Между тем, НАО «Национальная спутниковая компания» сообщило, что не

имеет отношения к распространению, созданию и размещению спорной рекламы,

отрицает принадлежность электронного адреса info@tricolor-petersburg.ru к

НАО «Национальная спутниковая компания» и какое-либо его использование

сотрудниками компании.

Кроме того установлено, что хостинг-провайдером домена tricolor-petersburg.ru

является ООО «Мастер хост». Согласно представленному НАО «Национальная

спутниковая компания» в материалы дела письму ООО «Мастер хост», по результатам

проверки журнала почтовых серверов за период с 26.12.2022 по 28.12.2022 НАО

«Национальная спутниковая компания» не производило отправку писем, прием,

рассылку или иные действия с электронной корреспонденцией по домену tricolorpetersburg.

ru ввиду отсутствия технической возможности.

Под хостингом понимается услуга по предоставлению ресурсов для размещения

информации на сервере, постоянно имеющем доступ к сети (обычно сеть Интернет).

Следовательно представлено подтверждение о невозможности отправки письма

на электронную почту info@tricolor-petersburg.ru именно НАО «Национальная

спутниковая компания».

С учетом того факта, что услуги вычислительных средств с указанным

IP-адресом предоставлялись Лобойко Т., следовательно Лобойко Т. является

рекламораспространителем рассматриваемой рекламы. Обратного в материалы дела не

представлено.

Кроме того, в данном конкретном случае Комиссией Московского УФАС России

в действиях НАО «Национальная спутниковая компания» признаки нарушения части 1

статьи 18 Закона о рекламе не установлены.

На основании изложенного Лобойко Т. является рекламораспространителем

рекламы, поступившей на электронную почту <...> с электронного адреса

info@tricolor-petersburg.ru рекламы следующего содержания:

«Подтвердите вашу

регистрацию и начинайте. Поздравляем! Система выбрала ваш e-mail для доступа к

программе, ожидаем подтверждения. Вам открыт доступ к проекту

«Тинькофф.Инвестиции» - заработок, доступный каждому», поступившей 27.12.2022 в

10:07, была направлена в отсутствие согласия адресата на ее получение.

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 Лобойко Т. не представлено.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях

Лобойко Т. установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в

распространении e-mail сообщения на электронную почту заявителя <...>

рекламы следующего содержания: «Подтвердите вашу регистрацию и начинайте.

Поздравляем! Система выбрала ваш e-mail для доступа к программе, ожидаем

подтверждения. Вам открыт доступ к проекту «Тинькофф.Инвестиции» - заработок,

доступный каждому», поступившей 27.12.2022 в 10:07 с электронного адреса

info@tricolor-petersburg.ru, без предварительного согласия абонента на ее получение.

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.

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

рекламы, которая не побуждает к совершению противоправных действий, а также не

призывает к совершению насилия и жестокости, предупреждения нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36

Закона о рекламе.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, 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.

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, 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 Лобойко Т. предписания о прекращении

(недопущении дальнейшего) нарушения 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 42-47 Правил, Комиссия Московского УФАС

России,

РЕШИЛА:

1. Признать Лобойко Т. (адрес электронной почты:

tanyushkadolova95@gmail.com) нарушившей часть 1 статьи 18 Закон о рекламе,

выразившегося в распространении на адрес электронной почты <...>

посредством email-сообщения рекламы следующего содержания:

«Подтвердите вашу

регистрацию и начинайте. Поздравляем! Система выбрала ваш e-mail для доступа к

программе, ожидаем подтверждения. Вам открыт доступ к проекту

«Тинькофф.Инвестиции» - заработок, доступный каждому», поступившей 27.12.2022 в

10:07 с электронного адреса info@tricolor-petersburg.ru.

2. Выдать Лобойко Т. (адрес электронной почты: tanyushkadolova95@gmail.com)

предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе.

3. В отношении НАО «Национальная спутниковая компания» рассмотрение

настоящего дела прекратить.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской

Федерации.

Председатель комиссии <...>а

Члены комиссии:

<...>а

<...>а