

РЕШЕНИЕ

по делу № 03-18/117-2014

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

30 апреля 2015 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: 27 апреля 2015 г.

Полный текст решения изготовлен: 30 апреля 2015 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе

в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела
Фадеева М.В.;

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Журавлева Н.В.;

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов власти Корнилов Д.А.

рассмотрев дело № 03-18/117-2014, возбужденное в отношении ЗАО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ИП, ООО «Медиапроект» по признакам нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившееся в распространении 07.07.2014 в 13 часов 51 минуту на телефонный номер <...>9, принадлежащий гражданину....., без предварительного согласия абонента, sms-сообщения рекламного характера следующего содержания: **«Вам согласована ИНДИВИДУАЛЬНАЯ скидка на 1 из 63 Hyundai! +7.....4»**, отправителем которого указан Hyundai.

в отсутствии лиц, участвующих в деле, надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела № 03-18/117-2014,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) в порядке переадресации из ФАС России 08.09.2014 (вх. 1325-пр) поступило заявление гражданина К заявлению приложены: скриншот мобильного телефона, согласие абонента.

В своем заявлении гражданин указал, что на его абонентский номер <...>9) 07.07.2014 в 13 часов 51 минуту было направлено SMS -сообщение без предварительного согласия абонента следующего содержания: **«Вам согласована ИНДИВИДУАЛЬНАЯ скидка на 1 из 63 Hyundai! +7.....4»**, отправителем которого указан Hyundai.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 26.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (статья 3 Закона о рекламе).

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Указанная выше информация полностью подпадает под определение, данное в статье 3 Закона, поскольку содержит информацию, распространяемую посредством подвижной радиотелефонной связи, адресованную неопределенному кругу лиц, то есть, не персонифицированную, и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Законом о рекламе предусмотрено понятие рекламодателя и рекламораспространителя. Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, согласно п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно ч. 1 ст. 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. Рекламораспространитель, прежде чем направить какому-либо лицу рекламу по сетям электросвязи, должен удостовериться, что данное лицо выразило свое согласие 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.

В соответствии с частью 1 статьи 15 Федерального закона от 27.07.2006 года № 152-ФЗ «О защите персональных данных» обработка персональных данных в целях продвижения товаров, работ, услуг на рынке путем осуществления прямых контактов с потенциальным потребителем с помощью средств связи, допускается только при условии предварительного согласия субъекта персональных данных.

При обращении в Марийское УФАС России гражданин сообщил об отсутствии его разрешения на получение рассматриваемой рекламы.

Распространение рекламы по любым сетям электросвязи должно осуществляться только при наличии согласия абонента или адресата на получение рекламы.

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 целей абонентского номера или уникального кода идентификации; оператор связи - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги связи на основании соответствующей лицензии.

Понятие адресата содержится в статье 2 Федерального закона от 17.07.1999 № 176-ФЗ «О почтовой связи», согласно которому адресат – это гражданин или организация, которым адресованы почтовое отправление, почтовый перевод денежных средств, телеграфное или иное сообщение.

Таким образом, абонент и адресат выступают «пассивной» стороной отношений по передаче информации, они выступают получателями сообщений.

При этом в части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» закрепляется презумпция отсутствия указанного согласия абонента или адресата, и именно на рекламодателя возложена обязанность доказывать, что такое согласие было дано. Обязанность по получению согласия абонента и по подтверждению наличия соответствующего согласия лежит на рекламодателе.

В соответствии с п. 15 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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.

На основании выписки из реестра Российской системы и плана нумерации номер абонента +79 и номер смс-центра + 71 принадлежит номерной ёмкости ОАО «МегаФон», номер телефона в тексте смс-сообщения +74 - ОАО «МТС».

В рамках рассмотрения заявления гражданина в ответ на запрос антимонопольного органа от 15.07.2014 (исх.№03-34/5642) ОАО «МегаФон» письмом от 22.07.2014 вх. № 6168 подтвердило информацию о том, что номер по договору от 01.07.2010 №VIN006-5225 принадлежит и что согласно выписке из детализации оказанных услуг по абонентскому номеру +79 sms-сообщение действительно направлено по средствам платформы ЗАО «МегаЛабс» отправителем ООО «СМС Трафик». ОАО «МегаФон» также указало, что смс-сообщение было направлено посредством смс-центра +73, принадлежащего ЗАО «Енсейтелеком».

Между ОАО «МегаФон» и ЗАО «МегаЛабс» заключено дополнительное соглашение № 30/4 от 01.10.2013 к генеральному соглашению от 30.04.2010. Предметом указанного дополнительного соглашения является оказание ОАО «МегаФон» по заявкам ЗАО «МегаЛабс» услуг по распространению мобильной рекламы и/или информационных материалов клиента с помощью каналов коммуникации (способ распространения мобильной рекламы и/или информационных материалов, а именно: SMS – сообщения, MMS – сообщения, USSD – сообщения, SMS – аттачи и USSD – аттачи: раздел XII дополнительного соглашения № 30/4 к Генеральному соглашению от 30.04.2010 от 01.10.2013).

В силу пункта 2.2 данного соглашения ЗАО «МегаЛабс» также обязуется передать ОАО «МегаФон» во владение и пользование платформу (аппаратно – программный комплекс, принадлежащей ЗАО «МегаЛабс» и передаваемый ОАО «МегаФон» в аренду: раздел XII дополнительного соглашения № 30/4 к Генеральному

соглашению от 30.04.2010 от 01.10.2013) для целей оказания вышеуказанных услуг.

Согласно п. 5.1.7 дополнительного соглашения, заключенного между ОАО «МегаФон» (ОПЕРАТОР) и ЗАО «МегаЛабс» (ПАРТНЕР) в случае если рассылка мобильной рекламы и/или информационных материалов осуществляется по базе клиента, ПАРТНЕР обязуется предоставить ОПЕРАТОРУ согласия абонентов, абонентские номера которых указаны в заявке на оказание услуг, клиенту на получение мобильной рекламы и/или информационных материалов.

ОАО «МегаФон» отметило, что распространение sms-сообщения осуществлено по договору от 31.10.2013 №МР-СМСТ-311013, заключенного между ООО «СМС-Трафик» (Заказчик) и ЗАО «МегаЛабс» (Исполнитель).

Письмом от 21.08.2014 вх№7278 ЗАО «МегаЛабс» сообщило, что рассылка от отправителя Hyundai произведена по заказу ООО «СМС Трафик» в рамках договора от 31.10.2013 №МР-СМСТ-311013 (далее-договор), заключенного между ООО «СМС-Трафик» (Заказчик) и ЗАО «МегаЛабс» (Исполнитель). Согласно п. 4.7 договора и п. 1.7 приложения № 4 к договору заказчик обязуется получить согласие абонентов, среди которых предполагается осуществить распространение рекламных материалов и использовать при формировании информационного или рекламного сообщения абонентские номера только тех абонентов, у которых согласие было получено. В рамках договора в соответствии с приложением №4 заказчик самостоятельно (либо с привлечением третьих лиц) определяет желаемое имя отправителя и текст предполагаемого к отправке текстового сообщения в электронной форме с помощью имеющегося у него программного интерфейса.

Как следует из письменных пояснений ООО «СМС Трафик» вх. № 2210 от 27.02.2015г, на абонентский номер <...>9 07.07.2014 в 12 часов 51 минуту было направлено смс-сообщение, оригинатором отправки является «Hyundai», оригинатор принадлежит ЗАО «Связной Загрузка».

ЗАО «Связной Загрузка» (Заказчик) инициировало рассылку данного смс-сообщения на основании договора с ООО «СМС Трафик» (Исполнитель) № 179/14 от 01.04.2014г. (далее - Договор), в рамках которого заказчику предоставлен канал для самостоятельной рассылки смс-сообщений.

Согласно п. 5.3. договора ответственность за содержание исходящих от заказчика сообщений несет сам заказчик. В рамках договора исполнитель обеспечивает пропуск через свою систему сообщений в их неизменном содержании и объеме, без какого-либо толкования, редактирования или цензурирования.

П 10.1 приложения № 2 к договору не допускается со стороны заказчика отправлять через платформу (систему) исполнителя сообщения, которые будут соответствовать признакам СПАМ, сообщения оскорбительного или клеветнического характера, разжигаящие национальную, расовую или религиозную рознь, сообщения порнографической направленности, сообщения, нарушающие нормы действующего законодательства.

Марийским УФАС России у ЗАО «Связной загрузка» была запрошена информация относительно направления обществом SMS-сообщения по сетям электросвязи без получения предварительного согласия абонента, в том числе информация

относительно того, с кем из операторов связи ЗАО «Связной загрузка» заключен договор оказания услуг по направлению смс-сообщений с помощью программно-технических средств, однако требуемая информация обществом не была представлена.

В ответ на запрос Марийского УФАС России от 15.07.2014 (исх. №03-34/5640) ОАО «МТС» письмом от 18.06.2014 вх. № 6034 подтвердило информацию о том, что номер по договору об оказании услуг от 01.03.2010 №2-07/МБ/70550 принадлежит ООО «Рольф-Алтуфьево». Письмом от 19.11.2014 ООО «РОЛЬФ» сообщило, что 01.09.2011г. решением единственного участника ООО «Рольф-Алтуфьево» принято решение о реорганизации ООО «Рольф-Алтуфьево» в форме присоединения к ООО «РОЛЬФ».

ООО «РОЛЬФ» в ответ на запрос о предоставлении информации (исх. 03-34/6440 от 04.08.2014г.) сообщило, что рассылка смс-сообщений с текстом следующего содержания: **«Вам согласована ИНДИВИДУАЛЬНАЯ скидка на 1 из 63 Hyundai! +7.....4»** осуществлялась ИП в рамках договора № 32_ИП_10 от 13.12.2013г. и приложения № 30 от 01.07.2014г., заключенных между ООО «РОЛЬФ» и ИП. Рассылка согласно п. 12 приложения № 30 производится по базе Новоплат. ООО «РОЛЬФ» самостоятельно не осуществляет рекламные смс-рассылки, рекламодателем не является.

ИП в письменных пояснениях от 10.12.2014г вх. № 11281 сообщил, что между ООО «РОЛЬФ» (Заказчик) и ИП (Исполнитель) заключен договор № 32_ИП_13 от 13.12.2013г. На основании п. 1.1 исполнитель по заданию заказчика обязуется исполнять определенные в приложениях обязательства, в т.ч. оказывать услуги по распространению (размещению) рекламных и иных материалов заказчика, а также совершать по поручению заказчика иные согласованные сторонами действия.

В п. 2.2.1. договора закреплено право исполнителя привлекать третьих лиц в целях исполнения своих обязательств перед заказчиком. Воспользовавшись данным правом ИП в целях выполнения условий заявки заказчика заключил дополнительное соглашение от 01.07.2014 к агентскому договору от 10.09.2013 № 152-АГ-13 с ООО «Медиапроект». В п. 1.2 агентского договора закреплено, что права и обязанности по сделкам, совершенным ИП (агентом) от имени и за счет ООО «Медиапроект» (принципал) возникают непосредственно у принципала. В соответствии с приложением № 1 к агентскому договору № 152-АГ-13 от 10.09.2013 агент осуществляет поиск рекламодателей в целях размещения рекламы по базе абонентов, представленной принципалом.

ИП считает, что ООО «Медиапроект» является рекламодателем по условиям указанного договора.

Марийским УФАС России у ИП и ООО «Медиапроект» были запрошены доказательства, подтверждающие заключение агентского договора и дополнительных соглашений к нему, а также документы, подтверждающие их исполнение, однако требуемая информация сторонами не была представлена.

Согласно письменным пояснениям ИП в соответствии с агентским договором ООО «Медиапроект» представило ИП в распоряжение доказательства получения согласия (акцепт) абонента + 7.....9 и анкету абонента + 7.....9 о согласии на получение информации по каналам связи и обработку персональных данных от

06.08.2012г.

Согласно выписки из программы приема платежей терминала оплаты услуг, указанный номер телефона оплатил услуги мобильной связи 11.10.2012 в 8 часов 50 минут, номер терминала 20864, оплачено 100 рублей, зачислено 100 рублей. На основании оферты абоненты, оплатившие услуги мобильной связи в терминалах оплаты дают свое согласие на получение смс-сообщений информационного (рекламного) характера.

Дополнительно к выписке из программы приема платежей ООО «Медиапроект» предоставило анкету о согласии на получение информации по каналам связи и обработку персональных данных 06.08.2012 г. В анкете указана,, которая выражает согласие на получение информации рекламного характера об услугах и акциях клиентов терминальной сети «Новоплат» в виде смс-сообщений на номер <...>9.

В этой связи антимонопольный орган считает, что поскольку анкета была заполнена 06.08.2012г., а абонентом номера +7.....9 с 01.07.2010 является гражданин, то при заполнении анкеты согласие на получение информации по каналам связи и обработку персональных данных дала только сама гражданка, вместе с тем лицо, являющееся абонентом номера +7.....9, не давало согласия на получение рекламы по сетям электросвязи. Кроме того, наличие у ИП номера абонента, полученного в результате использования платежного терминала, не может свидетельствовать о волеизъявлении абонента на получение сообщений рекламного характера.

ИП не представил доказательств того, что при оплате через платежный терминал абонентом были совершены действия, однозначно свидетельствующие о его согласии на получение рекламных смс-сообщений, а также о том, что абонент был ознакомлен с Условиями публичной оферты (условиями оказания услуг платежных терминалов).

Марийское УФАС России считает, что согласие на получение абонентом рекламы должно быть явно выраженным и свидетельствовать о действительной воле абонента на получение рекламы посредством смс-сообщений.

О действительном волеизъявлении может свидетельствовать ответ абонента на вопрос «Согласны ли вы на получение рекламы посредством телефонной связи?».

Фактически же абонент свое согласие на получение рекламы не выразил, доказательств ознакомления данного абонента с Условиями оказания услуг платежных терминалов в антимонопольный орган не представлено.

Марийским УФАС России у ИП и у ЗАО «Связной загрузка» была запрошена информация относительно направления индивидуальным предпринимателем и обществом SMS-сообщения по сетям электросвязи без получения предварительного согласия абонента, в том числе информация относительно того, с кем из операторов связи у ИП и ЗАО «Связной загрузка» заключен договор оказания услуг по направлению смс-сообщений с помощью программно-технических средств, однако требуемая информация обществом не была представлена.

Проанализировав правоотношения, складывающиеся между ЗАО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ЗАО «Связной загрузка», ИП, Марийское УФАС России пришло к выводу, что между субъектами правоотношений фактически возникли взаимосвязанные действия, направленные на доведение сведений об услугах ООО «РОЛЬФ» до абонента.

Отсутствие ЗАО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ЗАО «Связной загрузка», ИП в цепочке рекламодателей в данном случае привело бы к невозможности доставки спорного смс-сообщения абоненту.

На основе всестороннего анализа и собранных по делу доказательств антимонопольный орган приходит к выводу о том, что рекламодателями спорного смс-сообщения являются ЗАО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ЗАО «Связной Загрузка», ИП.

Рекламодатели, ЗАО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ЗАО «Связной Загрузка», ИП последовательно воспользовавшись техническими средствами ОАО «МегаФон» и техническими средствами друг друга, не исполнили положения части 1 статьи 18 Закона о рекламе, распространив на телефонный номер гражданина смс-сообщение рекламного характера без предварительного согласия получателя.

При этом заключенные между указанными лицами договоры и дополнительные соглашения рассматриваются Комиссией Марийского УФАС России как взаимосвязанные действия рекламодателей, которые свидетельствуют о том, что их предметом, в первую очередь, является обеспечение возможности рассылки sms-сообщений за плату.

В соответствии с частью 1 статьи 46 Закона о связи оператор связи обязан оказывать пользователям услуги связи в соответствии с законодательством Российской Федерации, национальными стандартами, техническими нормами и правилами, лицензией, а также договором об оказании услуг связи; соблюдать требования, касающиеся организационно-технического взаимодействия с другими сетями связи, пропуска трафика и его маршрутизации и устанавливаемые федеральными органами исполнительной власти в области связи, а также требования к ведению взаиморасчетов и обязательным платежам.

В письме Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 24.04.2014 исх. № ДА-П12-7436 указано, что в соответствии с законом о связи, действовавшим на момент передачи рассматриваемого смс-сообщения, операторы связи обязаны соблюдать тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых отправлений, телеграфных и иных сообщений, передаваемых по сетям электросвязи и сетям почтовой связи. Просмотр почтовых отправлений лицами, не являющимися уполномоченными работниками оператора связи, ознакомление с информацией, передаваемой по сетям электросвязи, осуществляется только на основании решения суда, за исключением случаев, установленных федеральными законами.

Пунктом 21.1 Правил присоединения сетей электросвязи и их взаимодействия, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 28.03.2005 № 161, оператор сети подвижной связи при оказании услуг присоединения обязан обеспечить возможность пропуска трафика на (от) своей

сети связи.

Таким образом, ОАО «МегаФон» как оператор связи в соблюдении действующего законодательства обеспечило возможность пропуска трафика по своим сетям связи и не распространяло рассматриваемую рекламу с нарушением положений законодательства о рекламе.

Следовательно, фактическое (физическое) доведение рассматриваемого СМС-сообщения до абонента без его согласия осуществили ЗАО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ЗАО «Связной Загрузка», ИП поэтому общества и индивидуальный предприниматель являются рекламораспространителями.

В ходе рассмотрения дела в Марийское УФАС России не были представлены доказательства того, что данное СМС-сообщение было передано абоненту с его предварительного согласия.

Комиссией Марийского УФАС России были проанализированы все имеющиеся документы и доказательства по данному делу, на основании чего сделан вывод о том, что действия ЗАО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ЗАО «Связной Загрузка», ИП отвечают буквальному определению понятия, данному в пункте 7 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении рекламораспространителя – распространение рекламы с использованием любых средств, в данном случае — смс-сообщений.

При этом, из анализа договорных отношений между указанными лицами следует, что первоначально согласие абонента должно было быть получено ИП данное согласие ИП должен был передать ЗАО «Связной Загрузка» для дальнейшей передачи смс-сообщения с помощью программно-технических средств. ООО «СМС Трафик», в свою очередь, участвуя в передаче смс-сообщения, обязано было запросить согласие абонента у ЗАО «Связной Загрузка» для отправки спорного смс-сообщения через техническую платформу ЗАО «МегаЛабс». ЗАО «МегаЛабс», в свою очередь, участвуя в передаче смс-сообщения, обязано было запросить согласие абонента у ООО «СМС Трафик» для отправки спорного смс-сообщения через техническую платформу оператора связи ОАО «МегаФон» для дальнейшего направления смс-сообщения по сетям электросвязи.

Действия ЗАО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ЗАО «Связной Загрузка», ИП являются неотъемлемой частью правоотношений, складывающихся в процессе передачи SMS-сообщений конечным абонентам. Каждое из указанных лиц принимало непосредственное участие в распространении спорной рекламы.

Договоры оказания услуг, заключенные между ЗАО «МегаЛабс» и ООО «СМС Трафик», ООО «СМС Трафик» и ЗАО «Связной Загрузка», не исключают обязанности каждого из указанных лиц соблюдать рекламное законодательство, а также не отменяют ответственность за его несоблюдение, так как положения договоров, устанавливающие ответственность за несоблюдение законодательства о рекламе каждого из последующих лиц в цепочке рекламораспространителей, являются обеспечительной мерой в рамках гражданско-правовых отношений, а не административных.

При этом, тот факт, что ЗАО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ЗАО «Связной Загрузка» самостоятельно не формируют SMS-сообщение и не являются

инициатором его отправки, не опровергает тот факт, что каждое из указанных лиц является рекламодателем. Установленное законодателем понятие рекламодателя не содержит обязанности наличия осведомленности у такого лица относительно содержания рекламы.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о том, что при распространении на телефонный номер гражданина рекламы следующего содержания: **«Вам согласована ИНДИВИДУАЛЬНАЯ скидка на 1 из 63 Hyundai! +7.....4»**, были нарушены требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Руководствуясь частью 1 статьи 18, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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 следующего содержания: **«Вам согласована ИНДИВИДУАЛЬНАЯ скидка на 1 из 63 Hyundai! +7.....4»**, направленную 07.07.2014 в 13 часов 51 минуту на телефонный номер гражданина (+79) без его предварительного согласия, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ЗАО «МегаЛабс», ООО «СМС Трафик», ЗАО «Связной Загрузка», ИП обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

М.В. Фадеева

Члены комиссии:

Н.В. Журавлева

Д.А. Корнилов