

\*

...

## РЕШЕНИЕ

по делу №077/05/18-16619/2023

«06» февраля 2024 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: ... ,

членов Комиссии: .. ,

рассмотрев дело №077/05/18-16619/2023, возбужденное в отношении

\*. по факту распространения посредством e-mail-сообщения на электронную почту заявителя ... рекламы:

«Здравствуйте! Наша компания является ведущим разработчиком систем ОЗДС в России....Более подробно смотрите на странице <https://ozds.su/> Надеемся на

сотрудничество, Отдел продаж ООО ЦПИ», поступившей 01.03.2023 в 13:37 от отправителя ООО «ЦПИ» (адрес электронной почты ...),

в отсутствие \*(уведомлен надлежащим образом, согласно номеру почтового отправления - 80103791312751).

УСТАНОВИЛА:

Дело №077/05/18-16619/2023 возбуждено в отношении \*на

основании заявления физического лица и материалов по факту распространения посредством e-mail-сообщения на адрес электронной почты ...

рекламы следующего содержания:

«Здравствуйте! Наша компания является ведущим разработчиком систем ОЗДС в России....Более подробно смотрите на странице <https://ozds.su/> Надеемся на сотрудничество, Отдел продаж ООО ЦПИ», поступившей 01.03.2023 в 13:37 от отправителя ООО «ЦПИ» (адрес электронной почты ...).

Поступление указанной рекламы на электронную почту ...

подтверждается представленными заявителем скриншотами.

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.

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.

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.

В настоящем случае спорное электронное письмо направлено на привлечение внимания и поддержания интереса к услугам ООО ЦПИ.

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.

В распространенной рекламе отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация.

Текст рекламы не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

Заявитель прямо указал на то, что не давал согласие на получение рекламной рассылки.

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.

В ответ на запрос Московского УФАС России ООО «Регистратор доменных имён РЕГ.РУ» сообщило, что администратором доменного имени miobi.ru является \*. АО «РСИЦ» сообщило, что администратором доменного имени ozds.su также является \*

Таким образом, при распространении указанной рекламы усматриваются признаки нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной связи, в отсутствие согласия абонента на получение рекламы.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России

установлено, что \* в настоящем случае является рекламодателем спорной рекламы:

«Здравствуйте! Наша компания является ведущим разработчиком систем ОЗДС в России....Более подробно смотрите на странице <https://ozds.su/> Надеемся на

сотрудничество, Отдел продаж ООО ЦПИ», поступившей 01.03.2023 в 13:37 от отправителя «ООО «ЦПИ» (адрес электронной почты ...).

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.

Согласно пункту 54 Правил добровольное устранение лицом (лицами) совершенного нарушения является основанием для антимонопольного органа не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В этом случае основания нецелесообразности выдачи предписания излагаются в мотивировочной части решения по делу.

Комиссия Московского УФАС России установила, что зафиксированное нарушение рекламного законодательства является разовым, аналогичных жалоб на

действия \* в адрес Московского УФАС России не поступало.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписаний лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе. При этом, в случае выявления новых фактов распространения данной рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

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

РЕШИЛА:

1. Признать \* нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на адрес электронной почты ... рекламы следующего содержания: «Здравствуйте! Наша компания является ведущим разработчиком систем ОЗДС в России....Более подробно смотрите на странице <https://ozds.su/> Надеемся на сотрудничество, Отдел продаж ООО ЦПИ», поступившей 01.03.2023 в 13:37 от отправителя «ООО «ЦПИ» (адрес электронной почты ...), поступившей 01.03.2023 в 13:37 от отправителя «ООО «ЦПИ» (адрес электронной почты ...),

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии ...

Члены комиссии: ...