

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №65

«24» октября 2013 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: И.В. Волохина – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 65, возбужденное в отношении Открытого акционерного общества «Мобильные ТелеСистемы» (ИНН 7740000076, юридический адрес: 109147, г.Москва, ул. Марксистская, д.4; далее – ОАО «МТС») по факту распространения рекламы путем рассылки смс-сообщений, с признаками нарушения ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии представителей:

«...»

УСТАНОВИЛ:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило обращение физического лица (вх.№4776 от 18.06.2013г.) по факту распространения на номер абонента «...» рекламы по сети мобильной связи путем рассылки смс-сообщений следующего содержания:

15.05.2013 г. в 16:29 «На Ваш счет поступил платеж 30 руб. Клуб смешного видео: \*111\*003# (35 руб/5дн),

20.05.2013г. в 12:38: «На Ваш счет поступил платеж 800 руб. Клуб смешного видео: \*111\*003# (35 руб/5дн),

30.05.2013г. в 10:21: «На Ваш счет поступил платеж 1000 руб. Клуб смешного видео: \*111\*003# (35 руб/5дн), с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

Заявитель на абонентский номер <...> которого поступили смс-сообщения рекламного характера, пользуется номером «...» по договору о предоставлении услуг связи МТС.

Как следует из заявления, согласия на получения смс-рассылки рекламного характера заявитель не давал.

При этом, ранее, 28.02.2013 г. заявитель письменно обратился к руководителю филиала ОАО «МТС» «Макро-регион «Сибирь» по адресу 630112, Новосибирская область, г.Новосибирск, ул.Фрунзе, дом 57/2 с заявлением, в котором, согласно

п.7.6 Условий оказания услуг подвижной связи «МТС», абонент отзывает согласие на возможность получения рекламы, распространяемой по сетям электросвязи.

В ответном письме оператора от 30.03.2013 № 03-8/567и указывается, что рассылкой смс-сообщений является предоставление новостной информации исключительно для удобства абонентов ОАО «МТС», а также сообщается о добавлении услуг, блокирующих стороннюю смс-рассылку.

Согласно ч.1 ст. 18 Федерального 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 обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

ОАО «МТС» с нарушением не согласно в связи с тем, что информация, содержащаяся в смс-сообщениях не является рекламой, поскольку отсутствуют два обязательных элемента рекламы, а именно: неопределенный круг лиц и направленность на привлечения внимания к услуге, данная информация распространялась в рамках договора на предоставление услуг связи, с целью информирования своего абонента об услугах оказываемых оператором.

Как следует, из устных пояснений представителя ОАО «МТС», информация, содержащаяся в SMS-сообщениях от 15.05.2013г., 20.05.2013г., 30.05.2013г., была направлена определенному кругу лиц. Данный круг лиц определен внутренним документом Общества - служебной запиской от 29.04.2013 года №09-24/0267с. В соответствии с данной служебной запиской, а также приложениями к ней информационная часть сообщения с текстом «Клуб смешного видео: \*111\*003# (35 руб/5дн)» направлялась:

- абонентам филиала ОАО «МТС «Макро-регион Сибирь» (определение круга лиц по территориальному признаку),
- абонентам, которые пополнили свой баланс в период с 01.05.2013 года - 31.05.2013 года (определение круга лиц по временному промежутку),
- абонентам, которые пополнили свой баланс на сумму от 10 рублей до 1500 рублей (определение круга лиц, ограниченному в размере внесенной суммы).

Следовательно, направление абоненту информационной части сообщения «Клуб смешного видео: \*111\*003# (35 руб/5дн)» происходило только при соблюдении совокупности указанных выше условий. Круг лиц, которым была направлена данная информация, был компанией четко определен.

По мнению Комиссии Новосибирского УФАС России, содержание рассматриваемых смс-сообщений в части информации: «Клуб смешного видео: \*111\*003# (35 руб/5дн)» является рекламой и, следовательно, должно соответствовать требованиям, установленным Федеральным законом «О рекламе».

Согласно ст.3 Федерального закона «О рекламе», реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на

привлечение внимания к объекту рекламирования (товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования может быть 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.

Товар, согласно п.3 ст.3 Федерального закона «О рекламе» - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как следует из [ст. 2](#) Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» для целей данного Федерального [закона](#) используются следующие основные понятия:

- абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации;

- электросвязь - любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Соответственно, термин «реклама», примененный в [п. 1 ст. 18](#) ФЗ «О рекламе», предполагает значение, отличающееся от общего определения, данного в [статье 3](#) этого же Закона, а именно в нем отсутствует такой признак рекламы, как ее адресованность неопределенному кругу лиц.

Информация, передаваемая посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, всегда предполагает индивидуализированного (посредством абонентского номера или уникального кода идентификации) абонента, который ее получает.

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.

По мнению Комиссии Новосибирского УФАС России, рассматриваемая информация направлена неопределенному кругу лиц, поскольку из текста информационных сообщений не ясно, для кого именно создано данное сообщение и на восприятие кого данное сообщение направлено, т.е., из текста сообщений не следует, что информация предполагалась для конкретного абонента.

Также антимонопольный орган считает, что способ отбора не указывает на определенность круга лиц, до которых доводилась информация. В связи с тем, что

сформировать точный список потенциальных абонентов, которые будут отвечать совокупности критериям установленных ОАО «МТС», не представляется возможным.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

Кроме того, по мнению ОАО «МТС», информацию, размещенную в поступивших смс-сообщениях, нельзя считать рекламой, поскольку она была размещена не в целях привлечения внимание к услугам оператора связи.

Нормы Федерального закона «О рекламе» не распространяются на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с Федеральным законом (п.2 ст.2 Федеральным законом «О рекламе»).

В соответствии с пунктом 2 статьи 53 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее - Закон о связи) оператор связи обязан осуществлять информационно-справочное обслуживание, в том числе для подготовки и распространения информации различными способами. Указанное правило также закреплено п. 10-12 Правил оказания услуг подвижной связи, утвержденных Постановлением Правительства от 25.05.2005 года №328 (далее - Правила). В силу указанных норм на Операторе лежит обязанность по созданию информационно-справочного обслуживания в целях предоставления абонентам информации, связанной с оказанием услуг связи. Оператор связи обязан бесплатно оказывать информационно-справочные услуги о тарифах на услуги (п.п. «а» п.12). Пунктом 10.3 Условий оказания услуг подвижной связи МТС установлено, что Оператор обязан организовывать бесплатное и круглосуточное консультирование по вопросам пользования Услугами и расчетов за Услуги, в т.ч. предоставлять информацию о тарифах на услуги, Зоне радиопокрытия сети, настройках Абонентского оборудования для пользования телематическими услугами связи, состоянии Лицевого счета Абонента и задолженности по оплате услуг.

Кроме этого, п.п. «б» п.25 Правил закрепляет обязанность оператора связи по предоставлению необходимой для заключения и исполнения договора информации. П. 3 Правил устанавливает, что взаимоотношения оператора связи, оказывающего услуги подвижной связи абонентам, возникающие при оказании услуг подвижной связи на территории Российской Федерации, осуществляется на русском языке, включая обмен короткими текстовыми сообщениями.

Согласия абонента на получение смс-сообщений технологического, юридического, информационного характера не требуется, поскольку получению Абонентом таких смс-сообщений корреспондирует предусмотренная законодательством обязанность Оператора информировать абонентов об изменении условий обслуживания, новых тарифах, расширении покрытия сети, плановых работах, изменениях в структуре компании и т.д.

Смс-сообщения, направленные абоненту 15.05.2013г., 20.05.2013г., 30.05.2013г. не являются сообщениями рекламного характера, поскольку сообщают абоненту о предоставленной услуге, а также об иной услуге, оказываемой Оператором в

рамках заключенного договора с абонентом.

Условиями оказания услуг подвижной связи МТС, являющихся неотъемлемой частью договора на оказание услуг связи, предусмотрено право абонента отозвать свое согласие на возможность получения рекламы, распространяемой по сетям связи, а также на использование сведений о нем в целях продвижения товаров и услуг.

Отзыв указанного согласия осуществляется путем направления Оператору письменного заявления. Согласие считается отозванным Абонентом с момента получения Оператором указанного заявления (п.7.6. Условий оказания услуг подвижной связи МТС). Исходя из пункта 7.6 Условий оказания услуг подвижной связи МТС абонент номера «...» обратился в ОАО МТС с заявлением об отзыве своего согласия на возможность получения рекламы, распространяемой по сетям связи и использования сведений о нем в целях продвижения товаров и услуг.

В ответ на обращение абоненту было сообщено о том, что в целях исполнения его заявления, по номеру «...» была добавлена услуга, блокирующая стороннюю смс-рассылку и запрет на передачу сведений об абоненте третьим лицам. При этом в ответе указывалось, что оператор не может исключить возможность направления абоненту рассылки, содержащей в себе информацию, необходимую для исполнения договоров в соответствии с требованиями действующего законодательства.

Действия ОАО «МТС» совершены в силу исполнения возложенных на Общество обязанностей Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей». В силу ст. 10 Закона «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. По отдельным видам товаров (работ, услуг) перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Российской Федерации.

В соответствии с договором на оказание услуг связи, заключенным между заявителем и Обществом, Общество оказывает услуги, понятие которых приведено в Условиях оказания услуг подвижной связи МТС, а также в условиях тарифного плана, которые в совокупности с регистрационной формой определяют существенные условия договора. В соответствии с Условиями оказания услуг подвижной связи МТС, являющихся неотъемлемой частью договора, стороны понимают под услугами - услуги подвижной радиотелефонной связи, телематические услуги, услуги по передаче данных и/или сопряженные с ними услуги, оказываемые Оператором непосредственно и/или с привлечением третьих лиц (сервисное, информационно-справочное обслуживание, услуги местной телефонной связи с предоставлением Дополнительного абонентского номера без организации линии, доступ к услугам контент-провайдеров и др.).

Описание услуги «Клуб смешного видео» размещено на сайте ОАО «МТС», являющегося средством массовой информации. Данная услуга предоставляет абоненту возможность скачивать видео не эротического содержания. Исходя из определения услуги, услуга «Клуб смешного видео» - услуга по передаче данных. Соответственно, является услугой, которое Общество должно оказывать в рамках исполнения договора, заключенного с абонентом.

Предоставление указанного вида услуг предусмотрено условиями тарифного плана. Под дополнительными услугами можно понимать услуги, предусмотренные п.8 Правил оказания услуг подвижной связи, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 25.05.2005 года №328 оказание услуг подвижной связи может с согласия абонента сопровождаться оказанием оператором связи иных услуг, технологически неразрывно связанных с услугами подвижной связи и направленных на повышение их потребительской стоимости. Перечень таких услуг определяется оператором связи. Исходя из требований данной нормы, на сайте Общества размещен перечень дополнительных услуг, которые технологически неразрывно связаны с оказанием услуг подвижной связи (прилагается). Как следует из перечня, Услуга «Клуб смешного видео» в него не входит.

Пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. Услуга «Клуб смешного видео», в силу указанных выше обстоятельств, не может рассматриваться как объект рекламирования. Общество направляло абоненту смс-сообщения не с целью привлечения внимания к услуге, а с целью соблюдения обязательных требований в части информирования абонентов.

Данный довод ОАО «МТС» Комиссией Новосибирского УФАС России не принимается на основании следующего.

Понятие рекламы приведено в статье 3 Федерального закона «О рекламе» - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования (товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке

При этом с учетом части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе», а также пункта 1 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая хотя и отвечает перечисленным критериям, однако обязательна к размещению в силу закона или размещается, в силу обычая делового оборота. То обстоятельство, что информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, приведена не в полном объеме, само по себе не влечет признания этой информации рекламой.

В силу пункта 1 статьи 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Для целей применения Федерального закона «О рекламе» из услуг, оказываемых оператором сотовой связи в рамках заключенного с абонентом договора, целесообразно выделить услуги по предоставлению голосовой связи, обмена

сообщениями, доступа в сеть «Интернет», в том числе при предоставлении этих услуг в роуминге (базовые услуги), а также дополнительные услуги.

Соответственно, не должна относиться к рекламе информация, направляемая операторами сотовой связи своим абонентам, содержащая сведения о порядке исполнения или изменении условий исполнения обязательств по предоставлению «базовых услуг» в рамках условий и предмета заключенного договора, в частности:

об изменении стоимости данных услуг, предоставляемых в рамках выбранного абонентом тарифного плана,

об обеспечении данных услуг бесплатными сервисами (например, «Вам звонили», «Узнать баланс», «Я в сети»);

о нахождении абонента в роуминге (в том числе о пересечении абонентом границы и возможном;

об изменении порядка оплаты данных услуг.

Вместе с тем, распространяемая посредством смс-сообщений информация о дополнительных услугах, предлагаемых операторами сотовой связи абонентам, с которыми у них заключен договор об оказании услуг, может рассматриваться в качестве рекламы, если такая услуга выступает в качестве объекта рекламирования. Так, должна относиться к рекламе следующая информация:

предложения приобрести за дополнительную плату мобильный контент (фото, видеоизображения, мелодии для рингтонов и гудков, подписка на новости, прогноз погоды и т.п.);

предложение подключить за дополнительную плату услугу, связанную с предоставлением «базовых» услуг (например, «Автоответчик», «Голосовая почта», «Черный список», «Автоплатеж»);

предложение перейти на другой тарифный план;

предложение обратиться на мобильный сервис (портал), в том числе подключение или использование которого не требует разовой абонентской платы, если посредством данного сервиса абоненту за дополнительную плату может быть предоставлен мобильный контент или дополнительные услуги.

Как справедливо указывает оператор связи, договор на оказание услуг связи состоит из совокупности трех документов: регистрационной формы, тарифного плана, выбранного абонентом и условий оказания услуг подвижной связи МТС.

Условия оказания услуг подвижной связи МТС разработаны в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей», Федеральным законом «О связи» и регулируют отношения по оказанию услуг подвижной радиотелефонной связи, телематических услуг связи, услуг по передаче данных, оказываемых с использованием сети подвижной связи, а также иных сопряженных с ним услуг (сервисное, информационно-справочное обслуживание, услуги местной телефонной связи с предоставлением Дополнительного абонентского номера без организации

абонентской линии, доступ к услугам контент-провайдеров и др.).

Под услугами в указанном документе понимаются услуги подвижной радиотелефонной связи, телематические услуги, услуги по передаче данных и/или иные сопряженные с ними услуги, оказываемые Оператором непосредственно и/или с привлечением третьих лиц (сервисное, информационно-справочное обслуживание, услуги местной телефонной связи с предоставлением Дополнительного абонентского номера без организации абонентской линии, доступ к услугам контент-провайдеров и др.).

Согласно п.4.1 ст.4 Условий оказания услуг подвижной связи «МТС», перечень услуг, оказываемых абоненту, определяется выбранным Абонентом Тарифным планом с учетом иных Услуг, заказанных Абонентом дополнительно в соответствии с действующими предложениями Оператора и/или третьих лиц.

Кроме того, перечень Услуг определяется возможностями Абонентского оборудования. Перечень Услуг при Роуминге зависит также от возможностей сети роумингового оператора.

В тарифный план заявителя – «MAXI Super» входит возможность осуществлять звонки на мобильные и городские телефоны МТС и абонентам других операторов, возможность передачи и получения смс ммс-сообщений, мобильный интернет.

При этом, в первоначальный пакет услуг также входит Легкий роуминг и международный доступ; Переадресация вызова; Ожидание/держание вызова; Определитель номера;GPRS; Конференц-связь; Интернет-помощник; Доступ в 3G-сеть; Видеозвонок; Я на связи; Вам звонили!

Также имеется возможность активировать или настроить бесплатные услуги и сервисы: Мой новый номер <...> ТМС\_Бонус; Международный и национальный роуминг; Детализация разговоров в Интернет-Помощнике.

Таким образом, договором о предоставлении услуг связи «МТС» с абонентом номера «...» не предусмотрено оказание платной услуги «Клуб смешного видео».

На основании вышеизложенного, распространяемая посредством смс-сообщений информация о дополнительной услуге - «Клуб смешного видео», предлагаемой оператором сотовой связи абоненту, выступает в качестве объекта рекламирования. Таким образом, информация следующего содержания: «Клуб смешного видео: \*111\*003# (35 руб/5дн)» является рекламой.

Поскольку заявитель не давал согласия на получения рекламы по сетям электросвязи, следовательно, реклама содержит нарушение ч.1 ст. 18 Федерального закона «О рекламе». Ответственность за нарушение требований ч.1 ст. 18 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель (ч.7 ст.38 Федерального закона «О рекламе»). Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п.7 ст.3 Федерального закона «О рекламе»).

Как следует из пояснений ОАО «МТС», услуга «Клуб смешного видео» оказывается непосредственно ОАО «МТС». Смс-сообщения направлялись абоненту непосредственно самим Оператором. Никаких договоров с рекламодателями/рекламораспространителями на изготовление и рассылку



данных смс-сообщений не заключалось.

Таким образом, ОАО «МТС» является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы, в действиях которого содержится нарушение законодательства РФ о рекламе.

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе»).

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь 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,

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную на номер «...» 15.05.2013 г. в 16:29 «...Клуб смешного видео: \*111\*003# (35 руб/5дн)»,

20.05.2013г. в 12:38: «...Клуб смешного видео: \*111\*003# (35 руб/5дн)»,

30.05.2013г. в 10:21: «...Клуб смешного видео: \*111\*003# (35 руб/5дн)» путем рассылки смс-сообщений без согласия абонента,

а Открытое акционерное общество «Мобильные ТелеСистемы» (ИНН 7740000076, юридический адрес: 109147, г.Москва, ул. Марксистская, д.4) нарушившим требования части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», согласно которой 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.

2. Выдать Открытому акционерному обществу «Мобильные ТелеСистемы» (ИНН 7740000076, юридический адрес: 109147, г.Москва, ул. Марксистская, д.4) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «8» ноября 2013 г.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса

Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ  
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«8» ноября 2013г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Лопаткина Т.В. – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: Волохина И.В. – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

Скоп Е.А. – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от «8» ноября 2013г. по делу № 65 о признании рекламы, распространенной в мае 2013г. на номер «...» путем рассылки смс-сообщений без согласия абонента, ненадлежащей,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Открытому акционерному обществу «Мобильные ТелеСистемы» (ИНН 7740000076, юридический адрес: 109147, г.Москва, ул. Марксистская, д.4) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы с нарушением:

части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», согласно которой 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,

в том числе следующего содержания: «...Клуб смешного видео: \*111\*003# (35 руб/5дн)».

2. Открытому акционерному обществу «Мобильные ТелеСистемы» (ИНН 7740000076, юридический адрес: 109147, г.Москва, ул. Марксистская, д.4) представить в адрес Новосибирского УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до «30» ноября 2013г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях наложить административный штраф на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.