

ОАО «МегаФон»

<...>

<...>

<...>

<...>

РЕШЕНИЕ № 162

«02» октября 2013 года

г. Красноярск

Резолютивная часть решения оглашена 20.09.2013 года.

В полном объеме решение изготовлено 02.10.2013 года.

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления - Харченко О.П., члены Комиссии: Чуракова О.А. – заместитель начальника отдела, Слаутина Е.М. – ведущий специалист-эксперт, рассмотрев дело № 162 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения открытым акционерным обществом «МегаФон» (<...>) (далее – ОАО «МегаФон») рекламы по сетям связи Интернет, содержащей признаки нарушения требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя ОАО «МегаФон» по доверенности б/н от 11.07.2012 <...> (далее – Представитель),

в присутствии <...> (далее – Заявитель),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Красноярского УФАС России поступило обращение Заявителя от 22.04.2013 по факту поступления 18.04.2013 в 15 часов 13 минут (GMT +7) на используемый им адрес электронной почты в сети Интернет <...> с адреса электронной почты в сети Интернет <...> электронного письма следующего содержания: «...Добрый день! Рассмотрите, пожалуйста, специальное

предложение для Вашего бизнеса от компании МегаФон. Выгодные тарифы для звонков (0 руб.внутри корпорации) и Интернета (от 2 руб./Мб.). Выбор федеральных и городских номеров. Услуга «СМС-информ» для проведения смс-рассылки, цена смс от 20 копеек. Услуга «Замени гудок на корпоративный» ... Услуга «Офис в кармане» ... Услуга «Контроль кадров» ... Связь 4G от МегаФона! ... Преимущества корпоративного обслуживания: - корпоративную сотовую связь Вы можете использовать в качестве повышения лояльности своих сотрудников, для каждого сотрудника можно установить лимиты ... Звоните, пишите, задавайте вопросы! Я с удовольствием Вас проконсультирую по услугам МегаФон для корпоративных клиентов. С уважением, <...>, специалист по продажам Красноярского регионального отделения Сибирского филиала ОАО «МегаФон», т.р. ... моб. ... e-mail: ...» (далее – Реклама). Указанные действия были совершены без получения предварительного согласия от Заявителя на получение рекламы по используемому им адресу электронной почты в сети Интернет.

По данному факту 20.05.2013 Красноярским УФАС России в отношении ОАО «МегаФон» было возбуждено дело № 162 по признакам нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» (далее – Дело).

Определение о возбуждении Дела (исх. № 8916 от 22.05.2013) было направлено по юридическому адресу ОАО «МегаФон» и в адрес Красноярского регионального отделения Сибирского филиала ОАО «МегаФон» заказным письмом с уведомлением. В назначенное время на рассмотрение Дела явился Представитель, копии документов и сведения, запрошенные определением о возбуждении Дела от 22.05.2013, были представлены.

Из пояснений, полученных от Представителя, следует, что Реклама была направлена адресату, а именно: ООО «Красноярск.Биз», и получена им по тому адресу электронной почты, на который специалист по продажам Красноярского регионального отделения Сибирского филиала ОАО «МегаФон» <...> (далее – Специалист ОАО «МегаФон») его отправляла, Реклама на адрес электронной почты <...> не направлялась и не предназначалась Заявителю. Специалист ОАО «МегаФон» отправила коммерческое предложение (оферту) для ООО «Красноярск.Биз» на электронный адрес указанного юридического лица. Указанный факт подтверждается актом исследования электронной корпоративной почты Специалиста ОАО «МегаФон». На основании служебной проверки был исследован электронный ящик Специалиста ОАО «МегаФон», никаких отправок на адрес электронной почты <...> не обнаружено, в то же время имеется отправленное сообщение с Рекламой на адрес электронной почты ООО «Красноярск.Биз». Сообщение с текстом Рекламы поступило на тот адрес электронной почты, на который Специалист ОАО «МегаФон» его направляла. Указанный факт подтверждается информацией, представленной самим Заявителем к заявлению, а именно: распечатанной детализацией пути электронного письма с тестом Рекламы, которая позволяет проследить, что электронное письмо с Рекламой сначала поступило на адрес электронной почты ООО «Красноярск.Биз», а затем на адрес электронной почты <...>. ОАО «МегаФон» не могло знать об установлении указанной переадресации.

Согласно пояснениям Представителя информация, которую Специалист ОАО

«МегаФон» направила на адрес электронной почты ООО «Красноярск.Биз» <...>, не является рекламой. По мнению Представителя, указанная информация была отправлена на электронный адрес ООО «Красноярск.Биз» и адресована определенному юридическому лицу – ООО «Красноярск.Биз». Указанный факт подтверждается объяснительной запиской Специалиста ОАО «МегаФон», протоколом рабочего совещания отдела по развитию корпоративного бизнеса, актом исследования электронного почтового ящика Специалиста ОАО «МегаФон». Руководитель отдела по развитию корпоративного бизнеса <...> на рабочем еженедельном совещании указанного отдела 15.04.2013 поручил Специалисту ОАО «МегаФон» подготовить предложение (оферту) для заключения договора оказания услуг связи для ООО «Красноярск.Биз», что ею и было сделано. Для направления коммерческого предложения (оферты) ООО «Красноярск.Биз» было определено по нескольким критериям: надежность компании (ООО «Красноярск.Биз» успешно работает с 2003 года); ООО «Красноярск.Биз» осуществляет свою деятельность в сфере Интернет, рекламы, создания сайтов; генеральный директор ООО «Красноярск.Биз» <...> является абонентом ОАО «МегаФон» и весьма успешно использует услуги связи в личных целях. Исходя из совокупности вышеизложенных критериев ОАО «МегаФон» было выбрано ООО «Красноярск.Биз» для направления ему оферты с услугами ОАО «МегаФон», которые могли бы заинтересовать указанное юридическое лицо. Электронный адрес ООО «Красноярск.Биз» доступен в различных общедоступных источниках. ООО «Красноярск.Биз» размещает сведения о своих координатах и своем электронном адресе в общедоступных источниках в целях возможности обращения к нему третьих лиц. Из объяснительной Специалиста ОАО «МегаФон» следует, что информацию об ООО «Красноярск.Биз» она искала в сети Интернет, в справочных системах и найденный ею электронный адрес был указан в исследованных ею источниках в единственном варианте, другого адреса нет. Электронное письмо, содержащее оферту для ООО «Красноярск.Биз», было направлено Специалистом ОАО «МегаФон» по единственному адресу, принадлежащему единственному юридическому лицу – ООО «Красноярск.Биз». Указанный факт заведомо исключает неопределенность круга лиц, как равно исключает и возможность отправки по данному адресу электронного письма лично для Заявителя. Представитель отмечает, что косвенным подтверждением того факта, что Специалист ОАО «МегаФон», составляя текст оферты и направляя ее, имела ввиду и обращалась к ООО «Красноярск.Биз», является использование ею в тексте оферты по правилам письменного этикета русского языка обращения «Ваш» и «Вы» с прописной буквы, что свидетельствует о том, что Специалист ОАО «МегаФон» обращается к конкретному лицу – ООО «Красноярск.Биз». Исходя из вышеизложенного, Представитель делает вывод о том, что ОАО «МегаФон» не требовалось получения предварительного согласия адресата на получение электронного письма с текстом оферты для ООО «Красноярск.Биз», т.к. письмо не отправлялось Заявителю и было получено им по адресу электронной почты <...> в результате переадресации. Таким образом признавать ОАО «МегаФон» виновным в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе нет оснований.

В ходе рассмотрения Дела Представитель так же пояснила, что, по ее мнению, Заявитель не является надлежащим заявителем по рассматриваемому Делу.

Электронное письмо с текстом оферты от ОАО «МегаФон» было направлено в адрес ООО «Красноярск.Биз», а заявление о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в адрес Красноярского УФАС России было подано Заявителем как физическим лицом. Факт того, что оферта направлялась в адрес юридического лица ООО «Красноярск.Биз», подтверждается текстом рассматриваемой в рамках Дела оферты, а именно: словами «для Вашего бизнеса», «внутри корпорации», «корпоративное обслуживание», «корпоративная сотовая связь», «для корпоративных клиентов». Отсюда можно сделать логичный вывод о том, что физическому лицу не имеет смысла предлагать услуги ОАО «МегаФон» внутри корпорации.

В ходе рассмотрения Дела Представитель в полном объеме поддержала вышеизложенную позицию по существу рассматриваемого Дела.

Исследовав материалы Дела, Комиссией Красноярского УФАС России были установлены следующие обстоятельства.

Согласно свидетельству Министерства Российской Федерации по налогам и сборам запись о создании ОАО «МегаФон» была внесена 15.07.2002 Инспекцией Министерства Российской Федерации по налогам и сборам по Центральному району г. Санкт-Петербурга за основным государственным регистрационным номером 1027809169585.

В соответствие с абзацем 14 пункта 4.2 устава ОАО «МегаФон» в редакции №3, утвержденного общим собранием акционеров ОАО «МегаФон» от 11.05.2012, решением Совета директоров ОАО «МегаФон» от 11.07.2012 № 175 (239), основным видом деятельности ОАО «МегаФон» является, в том числе, рекламная деятельность.

Довод Представителя о том, что электронное письмо, направленное 18.04.2013 в 15 часов 13 минут (GMT +7) Специалистом ОАО «МегаФон» на адрес электронной почты <...>, является коммерческим предложением (офертой) ОАО «МегаФон» для ООО «Красноярск.Биз» отклоняется Комиссией Красноярского УФАС России по следующим основаниям.

В силу части 1 статьи 435 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) офертой признается адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое достаточно определенно и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято предложение. Оферта должна содержать существенные условия договора.

Согласно абзацу 2 части 1 статьи 432 ГК РФ существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Частью 1 статьи 44 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» определено, что на территории Российской Федерации услуги связи оказываются операторами связи пользователям услуг связи на основании договора об оказании услуг связи, заключаемого в соответствии с

гражданским законодательством и правилами оказания услуг связи, в том числе постановлениями Правительства РФ от 25.05.2005 № 328 «Об утверждении правил оказания услуг подвижной связи» (далее – Правила оказания услуг подвижной связи), от 23.01.2006 № 32 «Об утверждении правил оказания услуг связи по передаче данных» (далее – Правила оказания услуг связи по передаче данных).

Пунктом 14 Правил оказания услуг подвижной связи и пунктом 17 Правил оказания услуг связи по передаче данных установлено, что услуги подвижной связи и услуги связи по передаче данных оказываются на основании возмездных договоров.

Согласно пункту 20 Правил оказания услуг подвижной связи в договоре должны быть указаны следующие существенные условия: назначенный абоненту абонентский номер из выделенного оператору связи ресурса нумерации географически не определяемой зоны нумерации или уникальный код идентификации; оказываемые услуги подвижной связи; порядок, сроки и форма расчетов; система оплаты услуг подвижной связи.

В соответствии с пунктом 27 Правил оказания услуг связи по передаче данных в договоре должны быть указаны следующие существенные условия: используемые абонентские интерфейсы и протоколы передачи данных; оказываемые услуги связи по передаче данных; система оплаты услуг связи по передаче данных; порядок, сроки и форма расчетов.

В результате анализа вышеприведенных норм Комиссия Красноярского УФАС России пришла к выводу о том, что оферта оказания услуг подвижной связи и услуг связи по передаче данных должна содержать следующие существенные условия: назначенный абоненту абонентский номер из выделенного оператору связи ресурса нумерации географически не определяемой зоны нумерации или уникальный код идентификации; используемые абонентские интерфейсы и протоколы передачи данных; оказываемые услуги подвижной связи и услуги связи по передаче данных; систему оплаты услуг подвижной связи и услуг связи по передаче данных; порядок, сроки и форму расчетов по оказанным услугам подвижной связи и услугам связи по передаче данных.

В результате изучения текста электронного письма, направленного 18.04.2013 в 15 часов 13 минут (GMT +7) Специалистом ОАО «МегаФон» на адрес электронной почты <...>, Комиссией Красноярского УФАС России было установлено, что текст указанного электронного письма не содержит следующих существенных условий, предъявляемых к оферте оказания услуг подвижной связи и услуг связи по передаче данных, а именно: назначенный абоненту абонентский номер из выделенного оператору связи ресурса нумерации географически не определяемой зоны нумерации или уникальный код идентификации; используемые абонентские интерфейсы и протоколы передачи данных; систему оплаты услуг подвижной связи и услуг связи по передаче данных; порядок, сроки и форму расчетов по оказанным услугам подвижной связи и услугам связи по передаче данных.

Таким образом, Комиссия Красноярского УФАС России пришла к выводу о том, что текст электронного письма, направленного 18.04.2013 в 15 часов 13

минут (GMT +7) Специалистом ОАО «МегаФон» на адрес электронной почты <...>, не является офертой оказания услуг подвижной связи и услуг связи по передаче данных, поскольку содержит не полный перечень существенных условий договора оказания услуг подвижной связи и услуг связи по передаче данных, по которым между сторонами должно быть достигнуто соглашение, и обладает признаками рекламы.

Довод Представителя о том, что текст электронного письма, направленного 18.04.2013 в 15 часов 13 минут (GMT +7) Специалистом ОАО «МегаФон» на адрес электронной почты <...>, не является рекламой, Комиссией Красноярского УФАС России отклоняется на основании следующего.

В соответствии с частью 1 статьи 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, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с частью 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» 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.

В силу части 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, для квалификации информации в качестве рекламы необходимо установить наличие в ней совокупности квалифицирующих критериев.

В соответствии с абзацем 3 письма ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624 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.

В результате изучения информации, содержащейся в электронном письме, направленном 18.04.2013 в 15 часов 13 минут (GMT +7) Специалистом ОАО «МегаФон» на адрес электронной почты <...>, Комиссией Красноярского УФАС России было установлено, что рассматриваемая информация является неперсонифицированной, она не содержит указания на лицо или лиц, для которых она создана и на восприятие которых она направлена.

Исходя из вышеизложенного, Комиссия Красноярского УФАС России пришла к выводу о том, что рассматриваемая информация, распространенная в виде электронного письма с использованием сети Интернет, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к услугам связи ОАО «МегаФон», формирование или поддержание интереса к

ним и их продвижение на рынке, является рекламой.

В силу части 1 статьи 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. 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 соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

Частью 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно письму ФАС России от 19.05.2006 № АК/7654 «Об особенностях отдельных способов распространения рекламы» указанное в пункте 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» требование распространяется в равной мере и на рекламу, распространяемую по сетям связи Интернет. При этом распространение рекламы в сети Интернет посредством адресных рассылок по электронной почте пользователям почтовых адресов допускается при условии предварительного согласия адресата, которое может быть получено при предоставлении ему электронного почтового ящика.

В силу пункта 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» согласно части 1 статьи 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. При этом 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. Федеральный 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.

Из объяснительной Специалиста ОАО «МегаФон» следует, что 15.04.2013 руководителем отдела по развитию корпоративного бизнеса Крупским Н.В. ей была поручена разработка коммерческого предложения для ООО «Красноярск.Биз». Учитывая сферу деятельности ООО «Красноярск.Биз», можно предположить, что компании могут быть полезны услуги связи с

использованием мобильной сети передачи данных. В связи с чем Специалистом ОАО «МегаФон» было составлено предложение, учитывающее потребности бизнеса. Сформированное предложение было отправлено Специалистом ОАО «МегаФон» на электронный адрес ООО «Красноярск.Биз» <...>, указанный в справочной базе СПАРК. Также информацию об указанной компании Сотрудник ОАО «МегаФон» получила с официального сайте ООО «Красноярск.Биз» в сети Интернет по адресу <http://www.solutions.krasnoyarsk.biz/about> и в справочной системе «ДубльГис». Коммерческое предложение Заявителю Сотрудником ОАО «МегаФон» не направлялось, поскольку ей это физическое лицо не известно.

В ходе рассмотрения Дела Представитель подтвердила, что адрес электронной почты <...> был найден Специалистом ОАО «МегаФон» в справочной системе СПАРК, а не на официальном сайте ООО «Красноярск.Биз».

В соответствие с письменными пояснениями, полученными от генерального директора ООО «Красноярск.Биз» <...>, ООО «Красноярск.Биз» не давало разрешения ОАО «МегаФон» на рассылку рекламы на используемые указанным обществом почтовые ящики в сети Интернет. Адрес электронной почты <...> никогда не использовался ООО «Красноярск.Биз», домен krasnoyarsk.biz не принадлежит ООО «Красноярск.Биз» с 2008 года. По мнению генерального директора ООО «Красноярск.Биз» <...>, Реклама, направленная с адреса <...>, не была адресована ООО «Красноярск.Биз», т.к. в тексте Рекламы отсутствует ссылка на ООО «Красноярск.Биз», ее первых лиц, контакты и т.д. ООО «Красноярск.Биз» пользуется корпоративной связью ОАО «МТС».

Согласно акту исследования почтового электронного ящика Специалиста ОАО «МегаФон», составленного 06.06.2013, за 18.04.2013 в почтовом электронном ящике Специалиста ОАО «МегаФон» не обнаружено отправленных электронных писем на адрес электронной почты <...>.

Из письменных пояснений Заявителя следует, что он в целях личной переписки использовал адрес электронной почты <...>, с которого была настроена переадресация на второй личный адрес электронной почты Заявителя <...> с 2008 года по 13.09.2013. При этом согласия на получение рекламы ни по одному из указанных адресов электронной почты Заявитель в адрес ОАО «МегаФон» не давал.

В ходе рассмотрения Дела Заявитель поддержал в полном объеме вышеуказанную позицию, дополнив ее следующими устными пояснениями: адреса электронной почты <...> не существует. Адрес электронной почты, на который ОАО «МегаФон» направило Рекламу, существует и он принадлежит Заявителю как физическому лицу, однако домен, на котором указанный адрес расположен не принадлежит ему. Если Специалист ОАО «МегаФон», согласно пояснениям Представителя, тщательно выбирал ООО «Красноярск.Биз» в качестве адресата Рекламы, то почему он таким же тщательным образом не уточнил действующий и официальный адрес электронной почты ООО «Красноярск.Биз». По мнению Заявителя, Реклама не была адресована ООО «Красноярск.Биз», поскольку она не содержит обращения ни к ООО «Красноярск.Биз», ни к руководителю ООО «Красноярск.Биз». На официальном

сайте ООО «Красноярск.Биз» содержится указание на то, что ООО «Красноярск.Биз» не разрешает рассылать на свой официальный адрес электронной почты никаких рекламных сообщений и оферт.

Также в ходе рассмотрения Дела Заявитель устно пояснил, что Специалист ОАО «МегаФон» направил Рекламу об услугах ОАО «МегаФон» на адрес электронной почты, который принадлежит Заявителю как физическому лицу, а именно: на адрес <...>. Поэтому Заявителем как физическим лицом указанные действия ОАО «МегаФон» были расценены как распространение рекламы без его согласия. А далее электронное письмо с Рекламой ОАО «МегаФон» переадресовалось на еще один личный адрес электронной почты Заявителя <...>.

В ходе рассмотрения Дела Комиссией Красноярского УФАС России было установлено, что при изготовлении определения об отложении рассмотрения Дела и продлении срока его рассмотрения (исх. № 10673 от 18.06.2013), определения об отложении рассмотрения Дела (исх. № 13064 от 16.07.2013), определения об отложении рассмотрения Дела и продлении срока его рассмотрения (исх. № 14850 от 14.08.2013), определения об отложении рассмотрения Дела (исх. № 17013 от 10.09.2013) была допущена опечатка при указании адреса электронной почты, на который Сотрудником ОАО «МегаФон» была направлена Реклама, а именно: вместо адреса электронной почты <...>, следует читать адрес электронной почты <...>. Однако указанная опечатка не повлияла на процедуру рассмотрения Дела Комиссией Красноярского УФАС России. Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, не предусмотрено обязанности антимонопольного органа по своей инициативе, либо по инициативе стороны по делу исправлять технические ошибки, допущенные при изготовлении определений об отложении рассмотрения дела, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в ходе рассмотрения указанного дела. Допущенная в процессе рассмотрения Дела опечатка не повлекла нарушений законных прав и интересов привлеченного к рассмотрению Дела лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ОАО «МегаФон», так как указанное общество осознавало какой именно адрес электронной почты, на который Специалистом ОАО «МегаФон» была направлена Реклама, является предметом рассмотрения Дела и представляло документы и пояснения относительно адреса электронной почты <...>.

В результате изучения детализации пути электронного письма, содержащего Рекламу, Комиссия Красноярского УФАС России установила, что Реклама была направлена с адреса электронной почты <...> на адрес электронной почты <...>. Далее в результате переадресации, установленной на адресе электронной почты <...>, Реклама была перенаправлена на адрес электронной почты <...>. Таким образом, адресатом Рекламы является лицо, использующее адреса электронной почты <...> и <...>, согласие которого рекламораспространителю необходимо получить.

В ходе рассмотрения Дела факт направления Рекламы на адрес электронной

почты <...> Представитель не отрицала.

Поскольку Заявителем как физическим лицом в личных целях используются адреса электронной почты <...> и <...>, на которые поступила Реклама, содержащая, по его мнению, признаки нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», Комиссией Красноярского УФАС России отклоняется довод Представителя о том, что Заявитель не является надлежащим заявителем по Делу.

Представителем в ходе рассмотрения Дела Комиссии Красноярского УФАС России не было представлено доказательств, подтверждающих согласие Заявителя на получение по используемым им адресам электронной почты <...> и <...> рекламы ОАО «МегаФон» в виде электронных писем.

Исследовав материалы Дела, принимая во внимание невозможность ОАО «МегаФон» предоставить доказательства получения от Заявителя предварительного согласия на получение рекламы по используемым им адресам электронной почты <...> и <...>, Комиссия Красноярского УФАС России пришла к выводу о том, что Реклама была распространена ОАО «МегаФон» без получения предварительного согласия Заявителя на получение рекламы ОАО «МегаФон» в виде электронных писем по используемым им адресам электронной почты <...> и <...>.

Таким образом, при распространении Рекламы были нарушены требования части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

В ходе исследования материалов Дела Комиссией Красноярского УФАС России было установлено, что ОАО «МегаФон» в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является рекламораспространителем рассматриваемой Рекламы, т.е. лицом, осуществившим непосредственное распространение Рекламы в виде электронного письма, путем направления его с адреса электронной почты <...> на адрес электронной почты <...>.

На момент рассмотрения Дела Комиссия Красноярского УФАС России не располагала информацией, подтверждающей тот факт, что ОАО «МегаФон» устранено нарушение требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей Рекламу, распространенную по сетям связи Интернет ОАО «МегаФон», поскольку ее распространение было осуществлено с нарушением требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».
2. В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

Федерации о рекламе выдать ОАО «МегаФон» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Красноярского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

Председатель
Комиссии

О.П. Харченко

Члены Комиссии

О.А. Чуракова

Е.М. Слаутина

ОАО «МегаФон»

<...>

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«02» октября 2013 года
Красноярск

г.

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления – начальник аналитического отдела, Харченко О.П., члены Комиссии: Чуракова О.А. – заместитель начальника отдела, Слаутина Е.М. – ведущий специалист-эксперт, на основании своего решения от 02.10.2013 по делу № 162 о признании ненадлежащей рекламы, распространяемой ОАО «МегаФон» (<...>) и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ОАО «МегаФон» (<...>) в течение 10 дней с момента получения настоящего предписания осуществить действия, направленные на прекращение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в части нарушения требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

2. ОАО «МегаФон» (<...>) представить в течение 5 дней с момента исполнения пункта 1 настоящего предписания в Красноярское УФАС России доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе Российской Федерации.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Красноярское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пяти тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц – от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Слаутина Елена Михайловна

(391) 265-02-19