

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, заместитель руководителя управления, ..., рассмотрев поступившее заявление вх. № 11087 от 27.11.2017,

УСТАНОВИЛ:

В Волгоградское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. № 11087 от 27.11.2017) с жалобой на распространение с использованием сети электросвязи (на адрес электронной почты заявителя - ...@mail.ru) рекламы без согласия заявителя.

Заявитель указал, что реклама на адрес его электронной почты от «Kari» приходит регулярно, датирована 01.08.2017, 04.08.2017, 20.10.2017, 23.10.2017, 27.10.2017, 03.11.2017, 28.11.2017, 01.12.2017, 08.12.2017 («Скидки, Sale до -50%. Лучшие цены», «Идеи новогодних подарков»), 12.12.2017 («Скидки согревают. До – 50% на зимнюю обувь»).

Заявителем приложены также скриншоты переписки с администратором официальной группы Вконтакте (<https://vk.com/kariclub>), в которой заявитель просил прекратить рассылку рекламы в его адрес. Однако реклама продолжает поступать. Дополнительно заявитель представил скриншоты рекламных писем от ООО «Кари» от 12.12.2017 и от 08.12.2017 (см. вх. № 11708 от 13.12.2017).

Заявитель указал, что является инвалидом 2-й группы с нарушением опорно-двигательного аппарата, обычная обувь ему не подходит, детей, как указал заявитель, у него нет.

Территориальный антимонопольный орган Федеральной антимонопольной службы, осуществляющий контроль за соблюдением законодательства о рекламе, руководствуется в своей деятельности Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 (далее - Правила).

При рассмотрении заявления и приложенных к нему документов и материалов антимонопольный орган: определяет, относится ли данное дело к его компетенции; устанавливает наличие признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и определяет нормы, которые подлежат применению; определяет круг лиц, подлежащих привлечению к участию в деле.

В соответствии с ч. 1 ст. 18 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О

рекламе» (далее – Закон 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.

В рамках рассмотрения заявления Волгоградским УФАС России были направлены запросы, в том числе в адрес ООО «Кари».

ООО «Кари» в ответе на запрос антимонопольного органа подтвердило, что рекламные сообщения были направлены на электронный адрес ...@mail.ru в качестве информирования держателей карт «kari CLUB» о проходящих акциях. Общество указало, что адрес ...@mail.ru зарегистрирован в системе как электронный адрес владельцев нескольких карт (список приобщен к материалам рассмотрения заявления). При этом, бонусные карты были выданы в период 06.07.2017-02.01.2018 в следующих регионах Российской Федерации: г. Владивосток, г. Москва, г. Красноярск, г. Екатеринбург, г. Большой Камень, г. Набережные Челны, г. Санкт-Петербург, г. Дзержинск.

ООО «Кари» не отрицает того факта, что К... обращался к администратору официального сообщества с просьбой отключить рассылку на электронный адрес ...@mail.ru. Последнее обращение зафиксировано 28.06.2017. однако после указанной даты были выданы карты «kari CLUB». Электронный адрес ...@mail.ru был внесен в систему оповещения повторно спустя 7 дней после последнего обращения заявителя в процессе регистрации в Программе лояльности владельца карты EAN 2305831834014 (г. Владивосток).

В соответствии с условиями договора об участии в программе лояльности «KariClub»/«КариКлуб», размещенной на сайте <https://kari.com/ru/club/oferta/> (далее – Программа лояльности), вступая в Программу, клиент выражает управляющей компании свое согласие на обработку управляющей компании персональных данных клиента для целей исполнения управляющей компанией обязательств в рамках Программы, а также в целях реализации Программы, в том числе, для информационной поддержки клиентов, рассылок рекламных и информационных сообщений в соответствии с условиями участия в Программе и требованиями законодательства (п. 1.9 Программы лояльности).

В соответствии с ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе реклама признается распространённой 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 материалы дела ООО «Кари» не были представлены надлежащие доказательства получения согласия адресата на получение рекламы на адрес электронной почты.

Согласно п.п. 1 ст. 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования является товар (продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот), 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 (подп. 2-3 ст. 3 Закона о рекламе).

Рассматриваемые сообщения, полученные К... по электронной почте 08.12.2017 («Скидки, Sale до -50%. Лучшие цены», «Идеи новогодних подарков»), 12.12.2017 («Скидки согревают. До – 50% на зимнюю обувь», являются рекламой, поскольку отвечают всем квалифицирующим признакам рекламы, установленным подп. 1 ст. 3 Закона о рекламе, а именно:

Согласно п. 35 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» под электросвязью понимаются 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.

Абонент, согласно п. 1 ст. 2 Закона о связи - это пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Рекламораспространитель, прежде чем направить какому-либо лицу рекламу по сетям электросвязи, должен удостовериться, что данное лицо выразило свое согласие на получение рекламы.

При этом в ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе закрепляется презумпция отсутствия указанного согласия абонента или адресата.

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение

рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств ([п. 7 ст. 3](#) Закона о рекламе).

С учетом полученных сведений от ООО «Кари» в рассматриваемом случае ООО «Кари» выступило в качестве рекламодателя, а также рекламопроизводителя и рекламодателя.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с п. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе.

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508, далее - Правила) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

В случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 18-03-18-02/21 по признакам нарушения ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения

законодательства о рекламе: ООО «Кари» (ИНН 7702764909, адрес: ул. Русаковская, д.13, г. Москва, 107140),

- заявитель: лицо, подавшее заявление вх. № 11087 от 27.11.2017.

3. Назначить дело № 18-03-18-02/21 к рассмотрению на **28 февраля 2018 года в 10 часов 00 минут** по адресу: г. Волгоград, ул. 7-ая Гвардейская, д.12 (каб.13, 5-й этаж, левое крыло).

4. ООО «Кари» представить **на заседание Комиссии** следующую информацию и заверенные надлежащим образом (печатью, а также подписью должностного лица) копии документов:

4.1. Письменные объяснения (дополнительно к ранее представленным в рамках рассмотрения заявления) по факту, послужившему основанием для возбуждения дела, в том числе обоснование правомерности направления указанных электронных писем заявителю,

4.2. Доказательства получения согласия адресата на получение указанной рекламы,

4.3. Иную информацию, которую считаете необходимой для предоставления в рамках рассматриваемого дела для полного, всестороннего и объективного рассмотрения дела.

5. Заявителю предложить представить **на заседание Комиссии** дополнительно иную имеющуюся информацию и пояснения по фактам, послужившим основанием для возбуждения дела.

В соответствии с ч. ч. 1 - 2 ст. 34 Закона о рекламе юридические лица, индивидуальные предприниматели обязаны представлять в антимонопольный орган (его должностным лицам) по его мотивированному требованию в установленный срок необходимые документы, материалы, объяснения, информацию в письменной и (или) устной форме (в том числе информацию, составляющую коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну), включая служебную переписку в электронном виде, а также обеспечивать уполномоченным должностным лицам антимонопольного органа доступ к такой информации.

Неисполнение требований части 1 статьи 34 Закона о рекламе влечет за собой ответственность виновных лиц в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

