

РЕШЕНИЕ

27
года
Иваново

апреля

2017
город

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе (далее - Комиссия): <...>,

рассмотрев дело №03-31/2017-03, возбужденное по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие заявителя: <...>,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: Публичное акционерное общество «Мобильные телесистемы» (сокращенное наименование ПАО «МТС», ИНН 7740000076, юридический адрес: 109147 г. Москва, ул. Марксистская, д.4)

- <...> – по доверенности №0157/15 от 03.08.2015,

УСТАНОВИЛА:

В Ивановское УФАС России поступило заявление <...>, в котором содержится информация о наличии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, из заявления следует, что 08.12.2016 в 16:07 на телефонный номер <...> от абонента «585GOLD» пришло рекламное смс-сообщение следующего содержания: «Приходите и получите украшение в подарок от ювелирной сети 585GOLD по коду 532 до 20.12.2016г. и только для Вас кольцо с бриллиантами за 2590 р. Подробности на <http://r.mts.ru/585GOLD> (Отправлено МТС)». Однако своего согласия на получение подобной рекламной рассылки абонент не давал.

Следовательно, в указанной рекламе содержатся признаки нарушения ч.1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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.

Факт распространения указанной рекламы подтверждается: заявлением, скриншотом смс-сообщения, детализацией оказанных абоненту услуг.

Ивановским УФАС России по данному факту 01 февраля 2017 года возбуждено дело №03-31/2017-03 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Определением от 01 марта 2017 года рассмотрение дела было отложено для истребования дополнительных доказательств на 19 апреля 2017 года, срок рассмотрения продлен. Далее определением от 19 апреля 2017 года по ходатайству ПАО «МТС» рассмотрение дела было отложено на 27 апреля 2017 года.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам.

Понятия «сеть связи», «средства связи», «абонент» приведены в ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи».

Так, сеть связи – это технологическая система, включающая в себя средства и линии связи и предназначенная для электросвязи или почтовой связи.

Средства связи – технические и программные средства, используемые для формирования, приема, обработки, хранения, передачи, доставки сообщений электросвязи или почтовых отправлений, а также иные технические и программные средства, используемые при оказании услуг связи или обеспечении функционирования сетей связи.

Абонент – это пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

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

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

Согласно ст. 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Федеральной антимонопольной службой России в письме №АЦ/4624 от 05.04.2007 разъяснено, что 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.

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

В содержании рассматриваемой информации отсутствуют сведения, указывающие на лицо, до которого информация доведена (распространена) и на восприятие которого непосредственно направлена. Таким образом, распространенная информация по своему содержанию, не позволяя определить круг лиц ее получателей, т.е. является неперсонифицированной.

Таким образом, рассматриваемая информация подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:

- направлена на привлечение внимания к ювелирной сети 585GOLD, реализуемому товару (кольцу с бриллиантами) и сайту <http://r.mts.ru/585GOLD>;
- призвана формировать и поддерживать интерес к объектам рекламирования, способствует их продвижению на рынке;
- адресована неопределенному кругу лиц.

Вместе с тем, согласно предоставленной ПАО «МТС» информации 08.12.2016 на телефонный номер <...> от абонента «585GOLD» поступило 3 смс-сообщения во временной промежуток с 16:06:51 до 16:06:59.

На рассмотрении дела 01 марта 2017 года представитель ПАО «МТС» настаивал на том, что представленные Обществом в материалы дела доказательства собраны антимонопольным органом с нарушением Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи». Кроме того, утверждал, что подтвердить изложенный факт передачи рассматриваемого смс-сообщения возможно только путем анализа детализации оказанных абоненту услуг связи, т.к. текст сообщения оператору связи не известен, а на телефонный номер поступило три смс. Таким образом, представитель ПАО «МТС» отказывался подтвердить факт передачи рассматриваемого смс-сообщения абоненту и назвать причины расхождения в данных о времени поступления рекламы абоненту.

Комиссия сочла доводы представителя ПАО «МТС» несостоятельными, учитывая, что в рамках рассматриваемого дела Общество выступает не только в качестве оператора связи, но и как рекламораспространитель,

заключивший соответствующие договоры на передачу рекламного смс.

Согласно информации, полученной Ивановским УФАС России, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Голд», которое заключило с АО «Связной загрузка» договор №П-16/15-МР от 14.12.2015 на оказание услуг по размещению рекламы. ЗАО «Связной загрузка» заключило договор №145/4-2015 от 01.12.2015 на размещение рекламы с помощью каналов коммуникации с ООО «Стрим».

Между ООО «Стрим» и ОАО «МТС» заключен договор №D130524209 от 14.02.2014 на предоставление услуги «мобильная реклама». В соответствии с п.3.3 указанного договора ОАО «МТС» обязано размещать рекламно-информационные материалы заказчика в установленном порядке и сроки. При этом в п.3.5 указанного договора между ООО «Стрим» и ОАО «МТС» установлено право исполнителя проверять содержание рекламно-информационных материалов заказчика, в том числе на соответствие Закону о рекламе.

Исходя из изложенного, озвученную на заседании позицию представителя ПАО «МТС» Комиссия сочла оказанием противодействия Ивановскому УФАС России в установлении фактов, имеющих значение для рассмотрения дела.

Кроме того, в ходе заседания представителю ПАО «МТС» было указано на сложившуюся судебную практику, подтверждающую наличие права антимонопольного органа запрашивать, в том числе у операторов связи, необходимые для осуществления полномочий сведения о владельце абонентского номера без каких-либо ограничений по составу и объему (постановления Верховного суда РФ от 03.08.2015 №302-АД15-5171 по делу А19-13140/2014 и от 13.08.2015 №302-АД15-5169 по делу А19-12482/2014).

К следующему заседанию ПАО «МТС» представило в Ивановское УФАС России письменные пояснения (вх. №946 от 21.03.2017), указав, что одной из возможных причин расхождения данных о времени получения абонентом сообщений является настройка абонентского оборудования. Каких-либо иных не представленных ранее в материалы дела сведений, содержащих указание на факт распространения рассматриваемого смс-сообщения, Общество не предоставило.

Вместе с тем, согласно дополнительным письменным пояснениям заявителя (вх. №69гр от 17.04.2017) на его телефонный номер <...> .12.2016 поступило только одно смс-сообщение от абонента «585GOLD», расхождение в одну секунду во времени его поступления он объяснил настройками телефона. При этом <...> предоставил на обозрение Комиссии указанное сообщение для сверки с приложенным к заявлению скриншотом. Таким образом, факт поступления рассматриваемого смс абоненту не может вызывать сомнений.

Также заявитель сообщил, что текст рассматриваемого сообщения составляет более 150 кириллических символов и для его передачи по сетям

связи фактически необходимо 3 смс.

В письменных пояснениях ПАО «МТС» (вх. №1329 от 24.04.2017) подтвердило, что при отправке смс более 70 символов кириллицей сообщение разбивается на части, при этом максимальная длина каждой части составляет 67 символов. Кроме того, Общество сообщило, что в момент получения рассматриваемого смс абонент находился в домашнем регионе.

Дополнительно в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Ивановской области были запрошены пояснения о существующих стандартах сотовой связи GSM в отношении передачи смс. Из представленного в Ивановское УФАС России ответа (вх. №089ф от 27.04.2017) следует, что прием и отправка смс регулируется глобальным стандартом цифровой мобильной сотовой связи GSM, согласно которому, если в смс есть хотя бы один кириллический символ, то все сообщение считается кириллическим. Кроме того, если в смс более 70 кириллических символов, оно автоматически разбивается на части, каждая из которой состоит не более чем из 67 символов (включая знаки препинания и пробелы). В детализации услуг связи такие сообщения отображаются в виде нескольких смс и тарифицируются отдельно.

Рассматриваемое смс состоит из 201 символа. Исходя из изложенного, Комиссия сделала вывод о том, что представленные в материалы дела сведения подтверждают факт отправки абоненту рассматриваемого смс и не противоречат друг другу.

На заседании 27 апреля 2017 года представитель ПАО «МТС» уже не отрицал, что Общество является рекламодателем рассматриваемой рекламы, что ему известно содержание указанного смс и оно было передано тремя частями, которые отображаются в представленной детализации оказанных абоненту услуг связи. Дополнительно пояснил, что в Правилах оказания услуг связи указано, что, например, в силу погодных условий доставка смс может быть осуществлена не секунда в секунду. Кроме того, процесс доставки смс зависит от настройки абонентского оборудования (сотового телефона).

При обращении в Ивановское УФАС России заявитель сообщил об отсутствии его согласия на получение рекламных сообщений. Дополнительно в письменных пояснениях (вх. №69гр от 17.07.2017) абонент указал, что форма договора, заключенного им с оператором связи, не предусматривала выражения согласия на смс-рассылку рекламы. При этом Общество не уведомляло его об изменениях условий оказания услуг, в том числе о необходимости оформления отказа от смс-рекламы.

В материалы дела представлена копия договора услуг связи от 29.10.2003 о предоставлении абоненту телефонного номера +79109800655, заключенного между <...> и ОАО «МТС». Вместе с тем, ПАО «МТС» сообщило, что до 25.06.2017 фирменным наименованием Общества было ОАО «МТС» (вх. №610

от 22.02.2017).

В соответствии с положениями указанного договора абонент подтвердил, что:

- ознакомлен с зоной радиопокрытия сети оператора, зоной внутрисетевого роуминга, ознакомлен и согласен с правилами предоставления услуг ДЖИНС, указанным выше тарифным планом и установленным размером оплаты неполной единицы тарификации;
- Правила предоставления услуг ДЖИНС, тарифный план и справочник абонента услуги ДЖИНС им получены.

В письменных пояснениях ПАО «МТС» (вх. № 4072/ДСП от 22.12.2016, вх. №610 от 22.02.2017) указало, что Условия оказания услуг связи МТС рассматриваются Обществом как неотъемлемая часть заключенного с абонентом договора предоставления услуг связи. В дополнительных письменных пояснениях Общество (вх. №1329 от 24.04.2017) аргументировало свою позицию следующим.

Согласно ч. 1 ст. 45 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» договор о предоставлении услуг связи, заключаемый с гражданами, является публичным договором. Условия такого договора должны соответствовать правилам оказания услуг связи. Между ПАО «МТС» и заявителем был заключен договор от 29.10.2003 об оказании услуг подвижной связи, который состоит из трех частей: регистрационной формы, условий оказания услуг подвижной связи МТС (ранее - Правила предоставления услуги ДЖИНС) и тарифный план, выбранный абонентом.

Условия оказания услуг связи МТС являются публичной офертой и могут быть приняты абонентом не иначе как путем присоединения к ним в целом. Подписанием регистрационной формы абонентского договора <...> присоединился к ним, выразив безусловное согласие.

По состоянию на 29.10.2003 отношения по предоставлению услуг связи между абонентами ПАО «МТС» регулировались Правилами предоставления услуг сотовой радиотелефонной связи ДЖИНС (далее - Правила ДЖИНС). Пункт 15 Правил ДЖИНС предусматривал возможность одностороннего изменения ПАО «МТС» их содержания при условии опубликования текста правил в «Российской газете», а также доведения до общего сведения в местах розничной реализации товаров или услуг ПАО «МТС».

Одновременно с вступлением в силу Закона о рекламе в порядке пункта 15 Правил ДЖИНС ПАО «МТС» опубликовало Правила оказания услуг подвижной радиотелефонной связи МТС (далее – Правила МТС).

Пункт 7.7 Правил МТС (в редакции 01.07.2006) был изложен следующим образом: «заключая договор, абонент тем самым выражает свое согласие

на возможность получения рекламной информации, распространяемой по сетям связи, в целях и случаях, когда необходимость такого согласия предусмотрена нормативно-правовыми актами о рекламе».

Также Правила МТС (в редакции 01.07.2006) содержали пункт 17.2, позволяющий Обществу изменять правила услуг в одностороннем порядке при соответствующем уведомлении абонентов.

Вместе с тем, на момент получения абонентом спорного смс действовали Правила МТС в редакции от 20.05.2016, где в п. 7.6 установлено, что абонент вправе выразить свое согласие на возможность получения рекламы от оператора и/ или его партнеров, распространяемой по сетям связи, а также на использование сведений о нем в целях продвижения товаров/работ/услуг, в том числе путем осуществления прямых контактов с абонентом с помощью средств связи, когда необходимость такого согласия предусмотрена действующими нормативно-правовыми актами. Абонент вправе отозвать данное им согласие в любое время путем направления Оператору соответствующего письменного заявления, являющегося неотъемлемой частью договора, либо иным способом, установленным Оператором. Согласие считается отозванным абонентом с момента получения Оператором указанного в настоящем пункте заявления.

Исходя из изложенного, ПАО «МТС» делает вывод о том, что у абонента при заключении договора есть возможность выразить свое согласие или несогласие на получение рекламы, то есть совершить активные действия, подтверждающие его волеизъявление на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя. Поскольку на момент поступления рассматриваемого смс предусмотренное пунктом 7.6 Правил МТС (в редакции от 20.05.2016) заявление от абонента об отказе от смс-рассылки не поступало, Общество считает, что <...> выразил ПАО «МТС» свое согласие на получение рекламы, распространяемой по сетям связи.

В силу ч. 1 ст.431 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) при толковании условий договора должно приниматься во внимание буквальное значение содержащихся в нем слов и выражений.

Вопрос о восприятии и возможном толковании указанного пункта Правил МТС был внесен в повестку дня заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Ивановском УФАС России 17.04.2017. При этом члены Совета в ходе обсуждения отметили, что формулировка «абонент вправе при заключении договора или в процессе его исполнения выразить свое согласие...» предполагает, что есть, как минимум, два действия: подписание договора и выражение согласия в виде дополнительного действия.

Исходя из изложенного, Комиссия полагает, что в п. 7.6 Условий МТС закреплено только право абонента выразить свою волю, но идентифицировать результат такого волеизъявления в данном случае как

согласие на получение смс-рекламы нельзя.

Косвенно данный вывод подтверждается также положениями договора №D130524209 от 14.02.2014 между ООО «Стрим» и ОАО «МТС» на предоставление услуги «мобильная реклама», в рамках которого распространялось рассматриваемое смс. Так, в соответствии с п.6.11 указанного договора Общество несет полную ответственность за распространение рекламы только тем физическим и юридическим лицам, с которыми заключен договор на услуги связи Оператора и которые не отозвали своего согласия на получение рекламы третьих лиц.

Кроме того, ссылка ПАО «МТС» на возможность абонента отозвать своё согласие признается Комиссией несостоятельной в связи с тем, что указанный пункт Правил МТС применим только в том случае, когда абонент изначально (при подписании договора или иным способом) выразил свое согласие на получение рекламы, а не в случае, когда такое согласие презюмируется в связи с односторонним изменением ПАО «МТС» текста правил.

На заседании представитель ПАО «МТС» уточнил, что однозначный вывод о наличии согласия абонента на смс-рекламу можно сделать только из Правил МТС в старой редакции от 01.07.2006. Вместе с тем, поскольку абонент принял оферту и продолжил пользоваться сотовой связью в 2006 году и до настоящего времени, он был достаточным образом уведомлен об изменениях в договоре на предоставление услуг связи.

При этом представитель ПАО «МТС» не пояснил, почему в ходе рассмотрения заявления с декабря 2016 года и до заседания в материалы дела не были представлены соответствующие доводы Общества с приведением указанного пункта Правил в редакции 2006 года, приложением доказательств его опубликования в «Российской газете» или уведомления абонента иным способом.

Комиссия критически рассматривает доводы ПАО «МТС» по делу в связи со следующим.

В материалы дела не представлены доказательства уведомления абонента о Правилах МТС (в том числе в старой редакции от 01.07.2006). Вместе с тем, выбранные ПАО «МТС» способы доведения до потребителей информации об изменениях правил оказания своих услуг нельзя признать добросовестными и соответствующими положениям статей 8, 10 Закона РФ от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон о защите прав потребителей). В рассматриваемом случае публикация в «Российской газете» и размещение в местах розничной торговли не позволяет безусловным образом довести до абонента информацию, отвечающую требованиям необходимости, достоверности, наглядности, доступности, и, следовательно, обеспечить надлежащее волеизъявление абонента в отношении адресованного ему оператором предложения (изменений).

Кроме того, ссылаясь на недействующую редакцию Правил МТС, Общество умалчивает о причинах, которые заставили ПАО «МТС» их изменить.

Судебная практика свидетельствует о колоссальном количестве выданных операторам связи предписаний контролирующих органов о необходимости соблюдения и указанных положений Закона о защите прав потребителей, и статьи 438 ГК РФ, с учетом которой при изменении договора путем конклюдентных действий в отношении поступившего предложения оператора предполагается активное поведение абонента, а его молчание не может рассматриваться как принятие такого предложения (например, постановление ФАС Волго-Вятского округа от 08.02.2011 по делу №А28-14037/2009).

Законодательством Российской Федерации не определен порядок и форма получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи, что предполагает допустимым любую форму предварительного согласия абонента.

Однако согласно ч.1 ст. 18 Закона о рекламе реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено.

В п.15 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», разъяснено следующее: «согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя. Вместе с тем, согласие абонента на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы».

Таким образом, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. При этом бремя доказывания наличия согласия абонента на получения рекламы лежит на лице ее распространившем.

Правила ДЖИНС, в соответствии с которыми заявитель заключал договор на предоставление услуг связи, не предусматривали дачу согласия на получение абонентом рекламы, а также не содержали никаких упоминаний о возможности распространения рекламы.

Одностороннее изменение правил оказания услуг связи ПАО «МТС» в 2006 году не может считаться достоверным подтверждением волеизъявления

абонента на получение рекламы. Такие действия не свидетельствуют о добросовестном соблюдении ПАО «МТС» требований статьи 18 Закона о рекламе и не освобождают Общество от обязанности получения надлежащего согласия абонента перед распространением на его телефонный номер смс-рекламы.

В рассматриваемом случае ПАО «МТС» создает условия, при которых своими действиями лишает абонента возможности пользоваться законодательно установленной защитой от получения рекламной корреспонденции в отсутствие прямого на то волеизъявления, одновременно вынуждая его дополнительно отзывать согласие, которое он фактически не выражал.

Согласно п.32 ст.2 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи», под услугой связи понимается деятельность по приему, обработке, хранению, передаче, доставке сообщений электросвязи или почтовых отправлений.

Очевидно, что действия оператора связи по распространению рекламных сообщений на номера обслуживаемых им абонентов, не являются услугами связи. Следовательно, одностороннее включение в правила оказания услуг подвижной связи положений, отличающихся от природы самого договора, без получения прямого согласия абонентов на такие изменения, является выгодным для ПАО «МТС», так как позволяет Обществу распространять рекламу, оказывая возмездные услуги третьим лицам.

Таким образом, Комиссия считает, что в данном случае ПАО «МТС» пытается заменить право абонента на обязанность, что не может быть истолковано как получение согласия на смс-рекламу.

Указанные действия ПАО «МТС», направленные на обеспечение получения формального согласия абонента, не соответствующее по форме действующему законодательству, рассматриваются Комиссией как злоупотребление Обществом своим положением оператора связи.

Исходя из изложенного, Комиссия пришла к выводу, что в материалы дела не представлено необходимых доказательств наличия согласия абонента на получение рекламы посредством смс-рассылки ПАО «МТС».

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

За нарушение требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе согласно ч.7 ст. 38 данного закона ответственность несет рекламораспространитель.

ПАО «МТС» в ходе рассмотрения дела факт нарушения Закона о рекламе не признало. Таким образом, в Ивановское УФАС России не представлено доказательств невозможности продолжения распространения оператором связи рекламы с нарушением требований ч.1 ст.18 Закона о рекламе.

Руководствуясь статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе, в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом

дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе, 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.

Предписание антимонопольного органа, исходя из положений Закона о рекламе, является способом защиты общественных отношений, а также законных прав потребителей и иных заинтересованных лиц, направлено на устранение выявленных при рассмотрении дела нарушений и не является мерой ответственности стороны.

Исходя из изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «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 рекламу следующего содержания: «Приходите и получите украшение в подарок от ювелирной сети 585GOLD по коду 532 до 20.12.2016г. и только для Вас кольцо с бриллиантами за 2590 р. Подробности на <http://r.mts.ru/585GOLD> (Отправлено МТС)», поступившую 08.12.2016 в 16:07 на телефонный номер <...> посредством смс-сообщения без получения предварительного согласия абонента, ненадлежащей, поскольку при ее распространении были нарушены требования ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ПАО «МТС» предписание о прекращении нарушения ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ивановского УФАС России для решения вопроса в соответствии со ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 04 мая 2017 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Подписи членов Комиссии

ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

04 мая 2017 года

г. Иваново

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе (далее - Комиссия): <...>,

на основании своего решения от 27 апреля 2017 года по делу №03-31/2017-03 о признании ненадлежащей рекламы, в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Публичному акционерному обществу «Мобильные телесистемы» (сокращенное наименование ПАО «МТС», ИНН 7740000076, юридический адрес: 109147 г. Москва, ул. Марксистская, д.4) устранить выявленное нарушение ч.1 ст. 18 Закона о рекламе, для чего в срок **до 19 мая 2017 года** прекратить распространение на телефонный номер <...> ненадлежащей рекламы следующего содержания: «Приходите и получите украшение в подарок от ювелирной сети 585GOLD по коду 532 до 20.12.2016г. и только для Вас кольцо с бриллиантами за 2590 р. Подробности на <http://r.mts.ru/585GOLD> (Отправлено МТС)», а также иной исходящей от ПАО «МТС» смс-рекламы, без получения предварительного согласия абонента.

2. ПАО «МТС» представить в Ивановское УФАС России письменные доказательства исполнения п. 1 настоящего предписания в срок до **23 мая 2017 года**.

Невыполнение в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе влечет привлечение к административной ответственности в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Подписи членов Комиссии