

ООО «Новосистем»

117638, г. Москва, Одесская ул., д. 2, к/э/п с/17/21н info@uiscom.ru

ООО «Аналитика Бизнеса»

105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д. 35, стр.9, эт. 4, комн. 3
info@nfbizinvestment.ru

РЕШЕНИЕ по делу 077/05/18-8244/2022

«19» января 2023 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>

членов Комиссии: <...><...>

рассмотрев дело № 077/05/18-8244/2022 по признакам нарушения ООО «Аналитика Бизнеса» части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания: «Алло, Роман, добрый день, меня Александр зовут, специалист компании «НФБИ». Мы научный фонд, занимаемся анализом рынков и предоставляем финансовые решения...», поступившего 28.03.2022 в 12:12 с телефонного номера +7-(495) 085-26-77, с признаками нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной связи, без предварительного согласия абонента на получение рекламы, в отсутствие представителей ООО «Аналитика Бизнеса», ООО «Новосистем» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-8244/2022 возбуждено в отношении ООО «Аналитика Бизнеса» на основании заявления физического лица по факту распространения посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы следующего содержания: «Алло, Роман, добрый день, меня Александр зовут, специалист компании «НФБИ». Мы научный фонд, занимаемся анализом рынков и предоставляем финансовые решения...», поступившего 28.03.2022 в 12:12 с телефонного номера +7-(495) 085-26-77. Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно материалам дела № 077/05/18-8244/2022 на номер телефона <...> 28.03.2022 в 12:12 с телефонного номера +7-(495) 085-26-77 поступила спорная

реклама. Поступление указанной рекламы на телефонный номер <...> подтверждается аудиозаписью телефонного разговора, содержащий текст рассматриваемого сообщения, а также детализированной выпиской, представленной оператором. Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи», абонент — пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; электросвязь — любое излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам. Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным абонентам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка. Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

При этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя. Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

При этом в случае направления посредством телефонного звонка информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о самом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может признаваться рекламой, если она носит обобщенный характер, способна формировать интерес к данному объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила такая информация, но и у иного лица.

Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение (упоминание имени абонента), представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой. В распространенной рекламе отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Текст рекламы не содержит в себе указания на

конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания. Резюмируя изложенное, Комиссия отмечает, что рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Данная информация направлена на привлечение внимания к услугам компании «НФБИ», имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижение.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Исходя из текста сообщения, в котором содержится предложение компании «НФБИ», Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования. Таким образом, информация, распространенная посредством осуществления на номер телефона <...> телефонного звонка, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, что сторонами по делу не оспаривается.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Закона о рекламе, распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием. 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.

Однако Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Вместе с тем, согласие 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. Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя. Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера <...>, согласие на получение рекламы он не давал. Доказательств обратного в материалы дела не представлено.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Таким образом, распространение на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания: «Алло, Роман, добрый день, меня Александр зовут, специалист компании «НФБИ». Мы научный фонд, занимаемся анализом рынков и предоставляем финансовые решения...», поступившего 28.03.2022 в 12:12 с телефонного номера +7-(495) 085-26-77, с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе является ненадлежащей. В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несет рекламораспространитель. В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Таким образом, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей. В соответствии со сведениями реестра российской системы и плана нумерации номер +7-(495) 085-26-77 закреплен за ООО «НОВОСИСТЕМ». Абонентский номер +7-(495)085-26-77 был передан ООО «Аналитика Бизнеса» по договору об оказании услуг связи № ЕД22087264 от 17.01.2022. Таким образом, рассматриваемый телефонный звонок осуществлялся непосредственно с абонентского номера +7-(495)085-26-77, находящегося в пользовании ООО «Аналитика Бизнеса».

На основании изложенного ООО «Аналитика Бизнеса» является рекламораспространителем рекламы: «Алло, Роман, добрый день, меня Александр зовут, специалист компании «НФБИ». Мы научный фонд, занимаемся анализом рынков и предоставляем финансовые решения...», поступившего 28.03.2022 в 12:12 с телефонного номера +7-(495) 085-26-77. Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, законной по содержанию, но не по способу распространения потребителю рекламы, ООО «Аналитика Бизнеса» не представлено. Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Аналитика Бизнеса» установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении на телефонный номер рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания: «Алло, Роман, добрый день, меня Александр зовут, специалист компании «НФБИ». Мы научный фонд, занимаемся анализом рынков и предоставляем финансовые решения...», поступившего 28.03.2022 в 12:12 с телефонного номера +7-(495) 085-26-77, без предварительного согласия абонента на ее получение. Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения указанной рекламы, ООО «Аналитика Бизнеса» не представлено.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 (далее — Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе. Также в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданскоправовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась. Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «АНАЛИТИКА БИЗНЕСА» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе, а также выдать ООО «Новосистем» предписание о принятии мер по предотвращению распространения ООО «АНАЛИТИКА БИЗНЕСА» рекламы на телефонный номер <...> по сетям электросвязи.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России.

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «АНАЛИТИКА БИЗНЕСА» нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания: «Алло, Роман, добрый день, меня Александр зовут, специалист компании «НФБИ». Мы научный фонд, занимаемся анализом рынков и предоставляем финансовые решения...», поступившего 28.03.2022 в 12:12 с телефонного номера +7-(495) 085-26-77, без предварительного согласия абонента на ее получение.

2. Выдать ООО «АНАЛИТИКА БИЗНЕСА» предписание о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «Новосистем» предписание о принятии мер по предотвращению распространения ООО «АНАЛИТИКА БИЗНЕСА» рекламы на телефонный номер <...> по сетям электросвязи.

4. Законному представителю ООО «АНАЛИТИКА БИЗНЕСА» надлежит явиться «20» февраля 2023 года в 13 часов 45 минут по адресу: г. Москва, Мясницкий пр-д, д. 4, стр. 1, каб. 205 (вход со стороны Мясницкого проезда), для дачи объяснений по факту нарушения, а также для составления протокола об административном правонарушении, либо направить представителя (защитника) с надлежащим образом оформленными полномочиями, со всеми правами, предусмотренными статьей 25.5 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации. В целях исполнения Указа Президента Российской Федерации от 11.05.2020 № 316 «Об определении порядка продления действия мер по обеспечению санитарноэпидемиологического благополучия населения в субъектах Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)», пункта 4.4 санитарно-эпидемиологических правил, утвержденных постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации № 15 от 22.05.2020, а также Поручения руководителя ФАС России № 01-016-ИА/пр от 12.05.2020, составления протокола об административном правонарушении будет проходить дистанционно (посредством видеоконференцсвязи) и состоится «20» февраля 2023 года в 13 часов 45 минут.

Для подключения к видеоконференцсвязи необходимо пройти по ссылке: <...> (либо ввести ее в поисковой строке браузера), и в назначенное время присоединиться к конференции удобным для вас способом. Инструкция для участника web-видео конференции размещена на официальном сайте Московского УФАС России (<https://moscow.fas.gov.ru/page/17962>).

Ознакомление с материалами дела происходит в соответствии с Порядком 2023-2939 7 ознакомления с материалами дела в Московском УФАС России, утвержденным приказом Московского УФАС России от 14.02.2019 № 29 (<https://moscow.fas.gov.ru/page/6184>). Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии: <...><...>