РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/18-2/2024

Резолютивная часть решения оглашена «03» апреля 2024 г.

В полном объеме решение изготовлено «11» апреля 2024 г.

«11» апреля 2024 г. г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области
(далее – Управление).

Члены Комиссии:

<...> – начальник отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления;

<...> – заместитель начальника отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления,
рассмотрев дело № 050/05/18-2/2024, возбужденное по факту совершения 14.09.2023 в 12:12 на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> рекламного звонка с абонентского номера <...> следующего содержания: «*Алексей Петрович, доброго вам дня.– Да, здравствуйте.– Разрешите представиться, меня зовут Александра.*
Я специалист компании «Total Research», займу 2 минуты вашего времени, если позволите.– А, что хотели?– Познакомиться с вами или с вашей компанией, поэтому это и займет 2 минуты вашего времени. Я представляю крупнейшую инвестиционно-аналитическую компанию в России, занимаемся мы размещением активов и сопровождаем наших клиентов на финансовых рынках. То есть, простыми словами, Алексей, мы предоставляем готовые инвестиционные идеи. Хотелось бы уточнить, знакомы ли вы с данной сферой, как инвестиции? – Знаете, какой вопрос, вы мне звоните как физ. лицо или как представитель какой-то компании? Я так и не понял.– Еще раз.– Вы мне сейчас звоните как физ. лицо или представитель компании какой-то?– Я звоню с целью познакомиться с вами, познакомить вас с нашей компанией. Я специалист компании «Total Research».– А, чтобы я познакомился с вашей компанией?– Я хочу вас познакомить с нашей компанией. И хотелось бы уточнить, знакомы ли вы с данной сферой, как инвестиции?– Нет, не знаком. А откуда вы взяли мои данные?– Еще раз.– Откуда вы взяли мои данные?– Ну, у нас, кроме вашего имени и номера, ничего нет, Алексей. А если честно, врать не буду, у нас этим занимается другой отдел и при втором звонке я могу узнать подробнее.–

Спасибо, в общем. Не надо мне больше звонить. Всего хорошего <…>» с признаками нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Управление поступило обращение <...> по факту совершения 14.09.2023 в 12:12 на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> рекламного звонка с абонентского номера <...> следующего содержания: «*Алексей Петрович, доброго вам дня. – Да, здравствуйте. – Разрешите представиться, меня зовут Александра. Я специалист компании «Total Research», займу 2 минуты вашего времени, если позволите. – А, что хотели? – Познакомиться с вами или с вашей компанией, поэтому это и займет 2 минуты вашего времени. Я представляю крупнейшую инвестиционно-аналитическую компанию в России, занимаемся мы размещением активов и сопровождаем наших клиентов на финансовых рынках. То есть, простыми словами, Алексей, мы предоставляем готовые инвестиционные идеи. Хотелось бы уточнить, знакомы ли вы с данной сферой, как инвестиции? – Знаете, какой вопрос, вы мне звоните как физ. лицо или как представитель какой-то компании? Я так и не понял. – Еще раз. – Вы мне сейчас звоните как физ. лицо или представитель компании какой-то? – Я звоню с целью познакомиться с вами, познакомить вас с нашей компанией. Я специалист компании «Total Research». – А, чтобы я познакомился с вашей компанией? – Я хочу вас познакомить с нашей компанией. И хотелось бы уточнить, знакомы ли вы с данной сферой, как инвестиции? – Нет, не знаком. А откуда вы взяли мои данные? – Еще раз. – Откуда вы взяли мои данные? – Ну, у нас, кроме вашего имени и номера, ничего нет, Алексей. А если честно, врать не буду, у нас этим занимается другой отдел и при втором звонке я могу узнать подробнее. – Спасибо, в общем. Не надо мне больше звонить. Всего хорошего <…>*» без предусмотренного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы (далее – Обращение).

В ходе рассмотрения Обращения Управлением установлено, что абонентский номер <...> выделен Обществу с ограниченной ответственностью «Центр Инвест» (место нахождения: 115035, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Замоскворечье, ул. Садовническая, д. 54, стр. 1; ИНН: 9718137061; ОГРН: 1197746302368; дата регистрации в качестве юридического лица: 06.05.2019, далее – ООО «Центр Инвест») на основании договора об оказании услуг от 11.01.2023 № 100580005, заключенного с ПАО «МегаФон».

Правовая позиция по настоящему делу от ООО «Центр Инвест» в Управление не поступила.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

В силу положений пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой признается 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.

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 неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Согласно пункту 2 статьи 3 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 пункта 3 статьи 3 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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

Рассматриваемый входящий звонок поступивший на абонентский номер заявителя 14.09.2023 в 12:12, является рекламой, поскольку отвечает всем признакам рекламы согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, а именно является информацией, распространенной по сетям электросвязи, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к компании «Total Research».

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон 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 – 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.

Согласно части 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.

Таким образом, Законом о рекламе установлен однозначный запрет на распространение рекламы по сетям электросвязи при отсутствии согласия абонента.

Согласно пункту 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

В соответствии с частью 1 статьи 44.1 Закона о связи рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее – рассылка) 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. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

Согласие на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было не только однозначно идентифицировать такого абонента, но и подтвердить волеизъявление данного абонента на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Таким образом, согласие абонента на получение рекламы должно, во-первых, относиться к конкретному рекламодателю либо рекламораспространителю, во-вторых – должно быть выражено явно.

Абонентский номер <...> выделен ПАО «МТС» <…> на основании договора на оказание услуг связи.

Оператор связи также подтверждает факт поступления входящего звонка 14.09.2023 в 12:12 на принадлежащий заявителю абонентский номер <...> с абонентского номера <...>.

ООО «Центр Инвест» не представило доказательств получения предварительного согласия <...> на получение им рекламы 14.09.2023 в 12:12 на принадлежащий заявителю абонентский номер <...>.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу об отсутствии у ООО «Центр Инвест» согласия <...> на получение им рекламы на дату совершения рассматриваемого рекламного звонка.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Из материалов настоящего дела усматривается, что рекламораспространителем данной рекламы является ООО «Центр Инвест».

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации

о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному 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.

Комиссия не располагает сведениями о продолжении распространения рассматриваемой рекламы на абонентский номер, принадлежащий заявителю.

Учитывая изложенное, оснований для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не имеется.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-48 Правил, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Центр Инвест» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы Московской области для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела по признакам нарушения статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии:
<...>

Члены Комиссии: <...>

<...>