



и 1 статьи 18 «О рекламе» в отношении ООО «Бизнес-помощь».

де рассмотрения дела Комиссией дело было отложено до 26.10.2023.

аседании Комиссии, состоявшейся 26 октября 2023 года, представитель ООО «Бизнес-помощь» не присутствовал. ООО «Бизнес-помощь» в установленном порядке уведомлено о дате и времени рассмотрения дела № 058/05/18-452/2023.

ив представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу:

абонентский номер заявителя +7 в сети оператора услуг связи ПАО «МТС» поступил фонный звонок с рекламой следующего содержания: «...Я хотела бы предложить, чтобы менеджер и рассказал про наши новые условия. У нас сейчас «Альфа Банк» добавляет выгодные условия по обслуживанию расчетного счета до 6 миллионов переводом на физических лиц. Вот у нас 3 условия которые мы могли бы вам сказать...».

дату и время поступления сообщения: 14.07.2023 в 11:59. Рекламное сообщение поступило с номера +7.

При поступлении, указанного звонка подтверждается детализацией предоставленных данных за 14.07.2023, представленной в материалы дела оператором Заявителя – ПАО «МТС».

В материалы дела представлена аудиозапись указанного телефонного звонка, содержание которой показывает, что лицо, осуществившее звонок с телефонного номера принадлежащего ООО «Бизнес-помощь», озвучивает информацию о привлечении внимания к оказанию услуг АО «Альфа-Банк» («Альфа Банк» добавляет выгодные условия по обслуживанию расчетного счета до 6 миллионов переводом на физических лиц), формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является 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.

Согласно статье 2 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» абонент – это абонент услуги связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при использовании для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; радиосвязь – 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.

В данном образе, абонент выступает «пассивной» стороной отношений по передаче информации, он выступает получателем, но не отправителем сообщений.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является адресованной индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным абонентам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая адресованность, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является самостоятельным, исключая рекламный характер телефонного звонка.

ле того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует иметь тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

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

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 способом лиц она была получена.

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 какому-либо объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила информация, но и у иного лица. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение (упоминание имени и фамилии абонента), и представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

исходя из изложенного, Комиссия отмечает, что рассматриваемая реклама не является адресованным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к услугам АО «Альфа-Банк» («Альфа Банк» добавляет выгодные условия по обслуживанию расчетного счета до 6 миллионов переводом на физических лиц), имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению.

по себе текст телефонного звонка не содержит сведений, позволяющих говорить о адресованности направленного спорного телефонного звонка.

согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «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), привлечение внимания к которым направлена реклама.

согласно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

исходя из текста телефонного звонка, в котором содержится предложение пользоваться услугами АО «Альфа-Банк», Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования услугам АО «Альфа-Банк».

амораспространитель, осуществляя телефонный звонок, определенному абоненту, с целью довести до него информацию исключительно рекламного характера, а не какую-либо иную (справочную, личную и т.д.).

Им образом, на основании вышеизложенного, Комиссия установила, что информация, распространяемая посредством осуществления на номер телефона +7 телефонного звонка, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с частью 1 статьи 18 ФЗ «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 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.

Постановлением Арбитражного Суд Российской Федерации в пункте 15 постановления Пленума ВАС от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал следующее: «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 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 устанавливает порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть получено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения его заявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя. 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».

Такое толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие абонента должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность устанавливать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

Согласно статье 1 ФЗ «О рекламе» одной из его целей является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.

Исходя из положения части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» законодатель, учитывая желание рекламодателей использовать сети электросвязи для распространения рекламы, а также права и интересы граждан, дал абонентам (адресатам) возможность самим выбирать от каких лиц они готовы получать рекламную информацию подобным образом.

Целью закрепления в части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» обязанности рекламодателя получать предварительное согласие абонентов на получение рекламы является защита граждан от поступления на их телефонные номера, адреса электронной почты нежелательных рекламных телефонных звонков и сообщений (смс,

лil).

асно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера +7, согласие на получение рекламы он не давал. Доказательств обратного в материалах дела представлено.

занность рекламораспространителя предварительно получить согласие абонента на получение рекламы предполагает совершение им действий, направленных на получение согласия абонента, до начала распространения рекламы по сетям электросвязи, т.е. в случае с распространением рекламы посредством телефонного звонка до поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента.

им образом, в полной мере реализуется цель законодателя оградить абонентов от нежелательных звонков, осуществляемых в рекламных целях, в целом, а не только от нежелательного прослушивания рекламной информации после выражения отказа.

не того, распространение рекламной информации посредством сетей электросвязи (телефонного звонка) предполагает со стороны рекламораспространителя определение абонентов, которым должен быть совершен телефонный звонок.

этом, исходя из части 1 статьи 18 Закона о рекламе согласие на получение рекламы должно быть получено именно от абонента телефонного номера.

асно пункту 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» абонентом является пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

асно пункту 1 статьи 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» ссылка 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 ссылки.

не того, как было указано выше, согласие абонента должно быть выражено в форме, точной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

рассматриваемом случае рекламораспространитель не имел предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

иатором звонка с предложением услуг АО «Альфа-Банк» на номер Заявителя без его предварительного согласия является ООО «Бизнес-помощь», что подтверждается принадлежностью телефонного номера +7 (договор об оказании услуг связи), сведений, подтверждающих данный факт, материалы дела не содержат.

язи с тем, что Заявитель утверждает, что не давал согласия на распространение рекламы путем осуществления звонка от отправителя +7, в Пензенском УФАС России сведения и документы о получении отправителем согласия абонента +7 на распространение ему рекламы по сетям электросвязи отсутствуют, распространение указанной рекламы противоречит требованиям части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

абонентов, материалов, указывающих, что ООО «Бизнес-помощь» приняты достаточные меры по соблюдению требований статьи 44.1 Федерального закона «О связи», части 1

и 18 ФЗ «О рекламе» при осуществлении звонка рекламного характера на номер телефона +7, Пензенским УФАС России при рассмотрении дела не получено, ООО «Бизнес-помощь» не представлено.

в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Недлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение статьи 18 ФЗ «О рекламе» в соответствии со статьей 38 данного закона несет рекламодатель (часть 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе»).

в соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Доказанные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях ООО «Бизнес-помощь», распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламодателем является ООО «Бизнес-помощь».

Таким образом, распространение 14.07.2023 в 14:59:48 посредством телефонного звонка, рекламы товаров и услуг на номер телефона +7, поступившей с номера +7 с нарушением части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», является ненадлежащим.

Основываясь на вышеизложенное и основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что ООО «Бизнес-помощь» нарушило требования части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие торговли товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно статье 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа осуществлять государственный надзор в сфере рекламы, в частности, направлять рекламодателям, рекламодателям, рекламопроизводителям предписания для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На дату принятия Комиссией решения в материалах дела отсутствуют доказательства совершения поступления телефонных звонков с рекламой услуг АО «Альфа-Банк» абоненту ООО «МТС».

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Бизнес-помощь» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

водствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным ином дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской эрации о рекламе от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

изнать ненадлежащей рекламу услуг АО «Альфа-Банк» («...У нас сейчас «Альфа Банк» звляет выгодные условия по обслуживанию расчетного счета до 6 миллионов зводом на физических лиц. Вот у нас 3 условия которые мы могли бы вам рассказать...»), тространяемую 14.07.2023 в 14:59:48 ООО «Бизнес-помощь» по сетям электросвязи без зварительного согласия абонента на получение рекламы, поскольку в ней нарушены зования части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Бизнес-помощь» предписание о прекращении нарушения части 1 ыи 18 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы посредством фонного звонка без предварительного согласия абонента.

ередать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС зии для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных зонарушениях.

ение изготовлено в полном объеме 26 октября 2023 года.

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