

# РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 058/05/18-716/2019

оября 2019 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 27 ноября 2019 года.

иссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам ушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

смотрев дело № 058/05/18-716/2019, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя, по признакам нарушения части 1 статьи 18 ,ерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О ламе»),

УСТАНОВИЛА:

ензенское УФАС поступило обращение абонента ПАО «МТС» по вопросу гупления телефонных звонков на номер его телефона +7 с рекламой услуг филиактики пластиковых окон. Заявитель согласия на получение рекламы на й абонентский номер оператору связи или иным лицам не давал. По мнению ителя, указанные действия по распространению рекламы являются ушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

енским УФАС России определением от 29.10.2019 по факту распространения ламы возбуждено дело № 058/05/18-716/2019 по признакам нарушения части 1 гьи 18 «О рекламе» в отношении ИП

рассмотрение дела 27.11.2019 ИП не явилась. В адрес Пензенского УФАС сии представила ходатайство о рассмотрении дела без ее участия, факт ушения законодательства о рекламе признала.

езультате рассмотрения Заявления по существу и изучения дополнительно анных доказательств установлено следующее.

абонентский номер заявителя +7 в сети оператора услуг связи ПАО «МТС» гупил телефонный звонок с рекламой услуг профилактики пластиковых окон (иозапись приложена в материалы дела).

а и время поступления сообщения: 30.09.2019 в 14:39. Рекламное сообщение гупило с номера +7.

ответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, пространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых дств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на злечение внимания к объекту рекламирования, формирование или держание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под ектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации,

товитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности и мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной зоны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

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

Счет одновременного информирования большого количества людей рекламой означает ознакомить потребителей с товарами, услугами, реализуемыми на рынке, сформировать к ним положительное отношение потребителей, позитивно оценить определенные организации, товары и услуги из всего существующего ассортимента.

Информация услуг профилактики пластиковых окон, распространяемая посредством использования телефонной связи, подпадает под понятие рекламы, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания потребителей рекламы к товару (услуге), способствует его продвижению на рынке.

Согласно части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, радиотелефонной, 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.

При этом необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или факса поступило соответствующее рекламное сообщение.

Согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

В ходе рассмотрения дела установлено, что телефонный номер <...> выделен абоненту Левашину В.Н. на основании договора о предоставлении услуг связи с

) «МТС».

амное сообщение поступило с номера +7.

зенским УФАС России в адрес ПАО «Вымпелком» (оператор) направлен рос (исх. от 03.10.2019 № 3800-3) о предоставлении сведений относительно нента телефонного номера, с которого отправлено вышеупомянутое амное сообщение.

ласно информации, представленной ПАО «Вымпелком» (оператор), номер <...> елен абоненту – индивидуальному предпринимателю К на основании договора а оказание услуг связи «Билайн».

им образом, рекламодателем сообщения является ИП

асти 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» закрепляется презумпция отсутствия занного согласия абонента или адресата, и именно на амодателе возложена обязанность доказывать, что такое асие было дано.

им образом, распространение рекламы по телефону возможно лишь при звии получения на это предварительного согласия лица, которому надлежит телефонный номер <...> выделенный в соответствии с договором об зании услуг связи (абонента). При этом доказывать факт получения такого асия должен рекламодатель, а в случае отсутствия таких азательств реклама признается распространенной без предварительного асия абонента.

не представлены доказательства того, что ею в процессе телефонных звонков ассматриваемой рекламой было получено согласие абонента мобильного эфона +7 на получение рекламного сообщения.

ериалами дела № 058/05/18-716/2019 по признакам нарушения зодательства Российской Федерации о рекламе подтверждается тот факт, ассматриваемая реклама была отправлена Заявителю на его абонентский ер <...> без предварительного согласия абонента или адресата (Заявителя) олучение рекламы.

им образом, реклама услуг профилактики пластиковых окон пространялась посредством использования телефонной связи с нарушением зований части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

етственность за нарушение части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» в соответствии :атьей 38 названного закона несет рекламодатель (часть 7 статьи )З «О рекламе»).

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

им образом, рекламодателем является лицо, осуществляющее

тическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

ранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном деле содержится в действиях лица, распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламодателя – ИП

рекламодатель обязан соблюдать требования статьи 18 ФЗ «О рекламе», запрещающей распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования подвижной радиотелефонной связи, при отсутствии предварительного согласия абонента на получение рекламы.

Следуя вышеизложенное, Комиссия считает действия ИП по распространению телефонный номер Заявителя по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, без его предварительного согласия, нарушающими часть 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Недопустимая реклама не допускается.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения принимает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное нарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

С даты принятия Комиссией решения в материалах дела отсутствуют доказательства прекращения поступления телефонных звонков с рекламой услуг профилактики пластиковых окон абоненту ПАО «МТС»

Следуя с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

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

Следуя 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 от 17.08.2006 № 508,

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу услуг профилактики пластиковых окон, пространяемую 30.09.2019 в 14:39 ИП по сетям электросвязи без предварительного согласия абонента на получение рекламы, поскольку в ней ушены требования части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП предписание о прекращении нарушения части 1 статьи 18 федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы посредством телефонных звонков без предварительного согласия абонента.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 27 ноября 2019 года.

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