

ОПРЕДЕЛЕНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА
ПО ДЕЛУ № 077/05/18-12441/2019

«18» декабря 2019 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: <...>ой,

членов Комиссии: Т.А. Шиловой, <...>,

рассмотрев дело № 077/05/18-12441/2019 по признакам нарушения
ООО ПАО «ВымпелКом», ООО «СМС-центр», ООО «Академия МСБ», ИП
Славгородского В.А. части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006
№ 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в
распространении на телефонный номер <...> от отправителя ou-li.ru рекламы
посредством СМС-сообщений следующего содержания: «Через 5 мин —
технология привлечения клиентов <http://smsc.ru/?3w4snc>», поступившего
16.04.2019 в 16:34; «Сейчас заберите конспект-схему вебинара <http://smsc.ru/?3w4snc>», поступившего 16.04.2019 в 17:05, в отсутствие согласия абонента на
получение рекламы,

в присутствии ИП Славгородского В.А. (лично),

в отсутствие ПАО «ВымпелКом», ООО «СМС-центр», ООО «Академия
МСБ» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело

№
077/05/18-12441/2019

возбуждено в отношении

ПАО

«ВымпелКом»,

ООО «СМС-центр»,

ООО «Академия МСБ»,

ИП

Славгородского В.А. на основании заявления физического лица относительно
распространения на телефонный номер <...> от отправителя ou-li.ru рекламы
посредством СМС-сообщений следующего содержания: «Через 5 мин —
технология привлечения клиентов <http://smsc.ru/?3w4snc>», поступившего
16.04.2019 в 16:34; «Сейчас заберите конспект-схему вебинара <http://smsc.ru/?3w4snc>», поступившего 16.04.2019 в 17:05.

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.

В соответствии с пунктом 28 Правил рассмотрения антимонопольным
органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением
Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 (далее — Правила),

2

при рассмотрении дела антимонопольный орган знакомится с письменными и

вещественными доказательствами по делу, заслушивает объяснения лиц, участвующих в деле, заключения экспертов, а также оглашает представленные в письменной форме объяснения и заключения.

Антимонопольный орган обязан принимать все предусмотренные законодательством Российской Федерации меры для всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела.

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. 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.

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.

Из представленных в материалы дела документов следует, что спорные смс-сообщения были направлены абоненту телефонного номера <...> в связи с тем, что данный номер <...> .04.2019 в 16:13 был оставлен пользователем по имени Кирилл при регистрации на сайте в сети Интернет по адресу ou-ii.ru. При этом, по мнению ООО «Академия МСБ» и ИП Славгородского В.А., оставив свои данные для регистрации на указанном сайте, пользователь выразил согласие с политикой конфиденциальности, принятие которой выражает согласие на получение смс-сообщений.

Вместе с тем Комиссия отклоняет заявленные доводы, поскольку принятие политики конфиденциальности сервиса не может свидетельствовать о выраженном желании заявителя получать на свой телефонный номер именно рекламные сообщения.

В данном случае у лица, прошедшего регистрацию на сайте, возникает необходимость для отказа от получения рекламных сообщений совершить ряд дополнительных действий. В то время, когда для их получения достаточно

3
лишь зарегистрироваться на сайте. Подобное положение, по мнению Комиссии, прямо противоречит самой цели установленного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе правила предварительного получения согласия абонента, и нарушает его право на возможность не соглашаться на распространение на его телефон (электронную почту и т.п.) рекламы.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту граждан как наиболее слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях от получения нежелательной рекламы, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Таким образом, учитывая особое внимание законодателя к распространению рекламы посредством сетей электросвязи и установленным правилам для возможности ее направления абонентам, следует руководствоваться более жесткими требованиями и в каждом конкретном случае учитывать именно наличие прямого согласия абонента на получение рекламы, которого в рассматриваемом случае не было.

Одновременно Комиссией установлены следующие обстоятельства.

Как следует из материалов дела пользователь 16.04.2019 в 16:13 зарегистрировался на сайте ou-ll.ru, посвященном дистанционному обучению в сфере бизнеса и маркетинга, далее в тот же день в 16:34 и 17:05 после регистрации ему пришли смс-сообщения: «Через 5 мин — технология привлечения клиентов <http://smc.ru/?3w4snc>», «Сейчас заберите конспект-схему вебинара <http://smc.ru/?3w4snc>», содержащие ссылку, пройдя по которой данный пользователь мог получить доступ к вебинару, а также забрать его конспект-схему.

В этой связи Комиссия приходит к выводу, что содержание и актуальность данных сообщений прямо определена тем периодом времени, в который они были направлены абоненту, поскольку преследовали цель напоминания о том событии, о котором абонент инициативно пожелал узнать, зарегистрировавшись на указанном сайте. В данном случае отсутствуют достаточные основания полагать, что поступившая абоненту информация является для него новой и направлена на привлечение его внимания к какому-либо товару или услуге, поскольку фактически представляет собой оповещение о тех услугах, которые абонент ожидал получить.

Более того, сам факт направления данных сообщений после регистрации абонента для участия в мероприятии исключает такой признак рекламы как привлечение внимания к объекту рекламирования, а равно подтверждает, что рассматриваемые сообщения носят исключительно информационный характер. В связи с изложенным Комиссия приходит к выводу, что в рассматриваемом случае распространенная на телефонный номер <...> информация не имеет признаков рекламы, сформулированных в пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе, в связи с чем требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе на спорные смс-сообщения не распространяются.

4

В силу подпункта «а» пункта 36 Правил производство по делу может быть

прекращено в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Резюмируя изложенное, по решению Комиссии Московского УФАС России дело № 077/05/18-12441/2019 подлежит прекращению. На основании изложенного, руководствуясь пунктом 36 Правил, РЕШИЛА:

Производство по делу

№

077/05/18-12441/2019

в отношении

ПАО «ВымпелКом»,

ООО «СМС-центр»,

ООО «Академия МСБ»,

ИП Славгородского В.А. прекратить в связи с неподтверждением факта нарушения положений Закона о рекламе.

Председатель Комиссии

<...>а

Члены Комиссии

<...>

<...>