

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 18 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

16 июня 2017 года

г. Липецк

Председатель комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе Д.А. Шелестенко – заместитель руководителя – начальник отдела защиты конкуренции Липецкого УФАС России, рассмотрев заявлению гр. <...> материалы о признаках нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» физическим лицом - <...>,

#### **УСТАНОВИЛ:**

В Липецкое УФАС России поступило заявление вх.№ 89-з от 17.04.2017 гражданина <...> о том, что 14.04.2017г. в 14 часов 40 минут на его абонентский номер <...> поступило sms-сообщение рекламного характера от <...> (SMS-центр<...>) следующего содержания: «Квартира за 981 тыс. руб! Сдаем в этом году! Тел. <...>». Данный способ распространения рекламной информации содержит признаки нарушения ФЗ «О рекламе».

Статья 1 ФЗ «О рекламе» (далее – Закон) в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно п. 1 ч.1 ст. 3 Закона реклама - 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 с п. 2 ч. 1 ст. 3 ФЗ «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.

п. 3 ч. 1 ст. 3 Закона гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно п. 4 ч. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с п. 7 ч. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

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.

Между тем, такая персонализация, а равно более широкое толкование понятия рекламы прямо следует в рассматриваемом случае из диспозиции части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

В тексте такой рекламы отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Текст такой рекламы не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи, с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания потребителя к покупке квартиры за 981 тыс. руб., и может быть воспринята любым потенциальным потребителем.

Также, не было представлено доказательств направления спорного sms-сообщения исключительно в адрес одного физического лица — заявителя.

Таким образом, информация, распространенная 14.04.2017 г. в 14 часов 40 минут на его абонентский номер <...> от <...> (SMS-центр: <...>), направленная на привлечение внимания к заказу sms рекламы для бизнеса, является рекламой.

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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель 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.

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

Согласно обращению физического лица, своего согласия на получение рекламы посредством телефонной связи он не давал.

Законом о рекламе обязанность доказывания наличия согласия абонента на получение рекламы посредством использования телефонной связи возложена на рекламодателя.

Исходя из материалов, предоставленных ООО «Т2 Мобайл», номер отправителя SMS-сообщения <...>, закреплен за абонентом ООО «Т2 Мобайл» (Республика Татарстан) - физическому лицу – <...>.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама, распространенная посредством SMS-сообщения 14.04.2017 г. в 14 часов 40 минут на абонентский номер <...> от <...> (SMS-центр <...>) следующего содержания: «Квартира за 981 тыс. руб! Сдаем в этом году! Тел. <...>», содержит признаки нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несет рекламодатель, т.е. <...>.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О

рекламе»,

## О П Р Е Д Е Л И Л:

1. Возбудить производство по делу № 18 по признакам нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» <...>),

2. Признать лицами, участвующими в деле:

Заявитель – гр. <...>,

лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – <...>

3. Назначить дело № 18 к рассмотрению на **06 июля 2017 года на 09 часов 30 минут** в Липецком УФАС России по адресу: г. Липецк, пл. Плеханова, д.1 , кабинет 503, тел. (4742) 27-83-19.

4. <...> представить до 05.07.2017 следующие документы и сведения:

- информацию о лице, являющемся в силу п.5 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем (с указанием полного наименования хозяйствующего субъекта, его должностного лица, юридического и фактического адреса, контактных телефонов);

- информацию о лице, являющемся в силу п.6 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламопроизводителем (с указанием полного наименования хозяйствующего субъекта, его должностного лица, юридического и фактического адреса, контактных телефонов);

- информацию о лице, являющемся в силу п.7 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространителем (с указанием полного наименования хозяйствующего субъекта, его должностного лица, юридического и фактического адреса, контактных телефонов);

- копию договора с рекламодателем указанной выше рекламной информации на предмет её изготовления и (или) распространения;

- копии счетов и платежных документов, подтверждающих заказ и оплату рекламодателем за изготовление и (или) распространение указанной выше рекламной информации;

- сведения об абоненте, с номера которого отправлено sms-сообщение рекламного характера от «<...> (SMS-центр: <...>) на указанный выше номер абонента;

- копию договора с хозяйствующим субъектом на предмет предоставления технической возможности для рассылки sms-сообщений абонентам;

- согласие абонента с номером <...> на получение sms-сообщений рекламного характера;

- объяснения по факту распространения sms-сообщения, содержащего информацию рекламного характера;

- иные документы, по своему усмотрению.

Явка лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе или их представителей (с доверенностью на право представлять интересы в государственном органе), для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна. При себе иметь ПАСПОРТ.