

Резолютивная часть оглашена «13» ноября 2023 года Санкт-Петербург  
В полном объеме решение изготовлено «24» ноября 2023 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель:

М.Ф.  
Н<...> – заместитель руководителя,

члены:

П.С. – заместитель начальника отдела антимонопольного контроля

В<...> хозяйствующих субъектов и рекламы,

О.А. – главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля

Б<...> хозяйствующих субъектов и рекламы,

рассмотрев дело № 078/05/18-1450/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (части 1 статьи 18 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе») по факту распространения рекламы на электронную почту <...>@gmail.com с электронной почты <...>@e.synergy.ru без предварительного согласия получателя рекламы,

УСТАНОВИЛА:

в Санкт-Петербургское УФАС России поступило заявление физического лица относительно нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (вх. № 21687-ЭП/23 от 24.08.2023). Заявитель сообщил, что в 26 и 31 июля 2023 года получил рекламу с электронной почты <...>@e.synergy.ru.

Рассмотрев это заявление, Санкт-Петербургское УФАС России выявило признаки нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе<sup>1</sup> при распространении рекламы на электронную почту <...>@gmail.com с электронной почты <...>@e.synergy.ru.

Санкт-Петербургское УФАС России определением от 9 октября 2023 года № 78/25093/23 возбудило производство по делу № 078/05/18-1450/2023 по признакам нарушения пункта 1 статьи 18 Закона о рекламе. Рассмотрение дела назначено на 19 октября 2023 года.

Определением от 20 октября 2023 года № 78/26288/23 комиссия отложила рассмотрение дела № 078/05/18-1450/2023. Рассмотрение дела назначено на 13 ноября 2023 года.

Изучив материалы дела, комиссия сочла, что материалов дела достаточно для того, чтобы принять решение по настоящему делу. Нет оснований для отложения рассмотрения дела. Лица, участвующие в деле, не заявляли ходатайств об отложении рассмотрения дела.

## 1. Квалификация рассматриваемой информации

Под рекламой понимается 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 (пункт 1 статьи 3 Закона о рекламе).

С электронной почты [feedback@e.synergy.ru](mailto:feedback@e.synergy.ru) на электронную почту заявителя [artem.sh@gmail.com](mailto:artem.sh@gmail.com) поступили следующие письма, содержащие рекламу:

26 июля 2023 года в 17:10 с темой «Интенсив по женскому лидерству: воспользуйтесь спецпредложением »,

31 июля 2023 года в 17:44 с темой «До Women's Leadership осталось 3 дня».

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным получателям информации: на конкретный адрес электронной почты. Это обстоятельство является спецификой способа распространения информации по посредством электронной почты.

Между тем это обстоятельство не исключает рекламный характер информации, которая направляется по электронной почте, поскольку такой способ распространения рекламы прямо запрещён частью 1 статьи 18 Закона о рекламе.

По смыслу пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно её адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до всех возможных потребителей рекламы.

В 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.

В случае направления посредством электронного сообщения 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 обобщённый характер, способна формировать интерес к данному объекту рекламирования не только непосредственно

у лица, которому поступила такая информация, но и у иного лица. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение (упоминание имени и отчества абонента), представляют интерес для неопределённого круга лиц и являются рекламой.

Рассматриваемая информация не является персональным предложением кому-либо. Информация в этих письмах носит безадресный характер и в принципе не может быть персонализирована каким-либо образом.

Спорные электронные письма направлены на привлечение внимания к товарам (объекту рекламирования) неопределённого круга лиц. Об этом свидетельствует

текст рассматриваемых писем: в них содержится информация только об интенсиве по женскому лидерству Women's Leadership.

Таким образом, вышеуказанная информация является рекламой. Объектом рекламирования в рассматриваемом случае являются образовательные услуги: интенсив по женскому лидерству Women's Leadership.

## 2. Сведения о рекламодателе рекламы

Субъекты ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе определены статьёй 38 Закона о рекламе. В силу части 7 этой статьи за нарушение требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе ответственность несёт исключительно рекламодатель.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия» (адрес: 129090, Москва, Мещанская улица, дом 9/14 строение 1, ОГРН 1037700232558, ИНН 7729152149). Учреждение этот факт не отрицает.

## 3. Выводы об отсутствии согласия на получение рекламы по сетям электросвязи

1. Требования к рекламе, распространяемой по сетям электросвязи, установлены статьёй 18 Закона о рекламе. Согласно части 1 данной статьи 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.

Часть 1 статьи 18 Закона о рекламе закрепляет презумпцию отсутствия согласия на получение рекламы по сетям электросвязи. В рассматриваемом случае эта презумпция не опровергнута.

### 1.

2. Как пояснил заявитель (вх. № 21687-ЭП/23 от 24.08.2023), он не давал согласия на получение рассматриваемой рекламы. Более того, 30 июня 2020 года, 11 августа 2022 года и 26 июля 2023 года «отписывался» от рекламных рассылок в свой адрес.
3. Университет «Синергия» сообщил (вх. № 23065-ЭП/23 от 08.09.2023), что в августе 2022 года заявитель «отписался» от получения рекламы по сетям электросвязи. В июле 2023 года заявитель получил рекламу, поскольку Университет «Синергия» проводил «реактивацию» получателей рекламы.

Данные доводы не свидетельствуют о том, что заявитель давал своё согласие на получение рассматриваемой рекламы.

#### 4. Анализ доводов участников дела

1. Позиция заявителя изложена в его заявлении (вх. № 21687-ЭП/23 от 24.08.2023). Он пояснил, что не давал согласия на получение рассматриваемой рекламы. Ранее он «отписывался» от получения рекламы.
2. Позиция Университета «Синергия» изложена в его письменных пояснениях (вх. № 23065-ЭП/23 от 08.09.2023). Он сообщил, что в августе 2022 года заявитель «отписался» от получения рекламы по сетям электросвязи. В июле 2023 года заявитель получил рассматриваемую рекламу, поскольку Университет «Синергия» проводил «реактивацию» получателей рекламы.

Доводы университета не свидетельствуют о том, что заявитель давал согласие на получение рассматриваемой рекламы.

5. Выводы об отсутствии оснований для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе

Университет «Синергия» сообщил (вх. № 23065-ЭП/23 от 08.09.2023), что после 31 июля 2023 года прекратил распространение рекламы на электронную почту <...>@gmail.com.

Заявитель не сообщал Санкт-Петербургскому УФАС России, что он продолжает получать рекламу на электронную почту artem.sh@gmail.com с электронной почты <...>@e.synergy.ru.

На основании пункта 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям, операторам рекламных систем обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. При этом предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей (часть 3 статьи 33 Закона о рекламе).

С учётом изложенного, комиссия считает возможным не выдавать по настоящему делу предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, поскольку Университет «Синергия» прекратил распространение рекламы на электронную почту artem.sh@gmail.com с электронной почты feedback@e.synergy.ru.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **КОМИССИЯ РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу, поступившую 26 и 31 июля 2023 года на электронную почту <...>@gmail.com с электронной почты <...>@e.synergy.ru без предварительного согласия получателя рекламы, поскольку в ней

нарушены требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать в действиях Университета «Синергия» (адрес: 129090, Москва, Мещанская улица, дом 9/14 строение 1, ОГРН 1037700232558, ИНН 7729152149) нарушение части 1 статьи 18 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».
3. Не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи добровольным прекращением этого нарушения.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Санкт-Петербургского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «24» ноября 2023 года.

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

Председатель

Члены

М.Ф. Н<...>

П.С. В<...>

О.А. Б<...>

1 Здесь и далее по тексту Закон о рекламе — Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».