

Исх. № ВЧ-08/8007 от 02.07.2021

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> –(должностное лицо);

Члены Комиссии: <...> –(должностное лицо);

<...> –(должностное лицо);

рассмотрев дело №016/05/18-865/2021 в отношении ООО «Медицинский центр «Айболит» по факту распространения рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, без предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы, что имеет признаки нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»,

Установила:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление, Татарстанское УФАС России) на рассмотрение поступило обращение (физического лица 1) по факту несанкционированных рекламных сообщений на электронную почту заявителя с электронной почты. Согласия на получение подобных сообщений абонент не давал. Вышеуказанные действия содержат признаки нарушений части 1 статьи 18 Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»)

Согласно представленным в адрес Управления сведениям, на электронную почту заявителя, поступило сообщение рекламного характера 23 марта 2021 года с текстом: «Для каждого из нас День Рождения – особая дата» И, конечно же, никакой день рождения не может обойтись без приятных сюрпризов. За 5 дней до и 5 дней после дня рождения Вы можете воспользоваться нашими услугами со скидкой 20 %. Айболит. Медицина для всей семьи... Более подробную информацию можно уточнить у регистраторов по телефону<...>».

Согласие на получение рекламы по сетям электросвязи заявитель не давал.

В ходе анализа сайта ООО «Медицинский центр «Айболит» по ссылке: <...> было установлено, что номера телефонов, указанных в рекламе, совпадают с номерами телефонов, указанных в данной рекламе. Вместе с тем, электронная почта <...> относится к корпоративной почте <...>, которая принадлежит ООО «Медицинский центр «Айболит», что подтверждается указанными электронными почтами на сайте <...>.

Управлением был направлен запрос в ООО «Медицинский центр «Айболит» для получения разъяснений по вышеизложенным фактам.

Согласно ответу ООО «Медицинский центр «Айболит», <...> обращался за медицинской помощью в ООО «Медицинский центр «Айболит», и дал согласие на получение результатов медицинских анализов и уведомлений о записи на прием, посредством отправки писем на электронную почту. Вместе с тем, согласие на получение сообщений рекламного характера (физического лица 1) отсутствует.

В соответствии с частью 2 статьи 36 Закона о рекламе антимонопольный орган по заявлениям физических или юридических лиц возбуждает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В рамках исполнения указанных функций антимонопольный орган рассматривает заявления граждан, возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, руководствуясь при этом Федеральным законом от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе», Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 (далее — Правила).

В соответствии с пунктом 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, антимонопольный орган вправе отказать в возбуждении дела в случае отсутствия признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 26.03.2006 года № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) 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.

Согласно п. 2 ст. 3 Закона 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Закона о рекламе).

В ходе изучения Комиссией представленной информации, поступившей посредством сообщения нет объекта рекламирования, так как информация в сообщении не содержит указания на товар, работу, услугу, предназначенные для продажи, обмена или иного введения в оборот, а также не содержится результатов интеллектуальной деятельности либо мероприятий на привлечение внимания, к которым направлена реклама.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Однако в рассматриваемом случае данное сообщение с текстом: «(физическое

лицо 1) ...Для каждого из нас День Рождения – особая дата» И, конечно же, никакой день рождения не может обойтись без приятных сюрпризов. За 5 дней до и 5 дней после дня рождения Вы можете воспользоваться нашими услугами со скидкой 20 %. Айболит. Медицина для всей семьи... Более подробную информацию можно уточнить у регистраторов по телефону: г. Казань: <...>» носит персонифицированный характер, а именно содержит обращение», следовательно, не установлено, что данная информация направлена неопределенному кругу лиц.

Таким образом, при отнесении информации к рекламной необходимо учитывать все вышеуказанные признаки.

В данном случае, поступившее на электронную почту заявителя сообщение, является информационным, поскольку сообщается о подарках в честь Дня рождения, не имеется какого-либо указания на товар, или услугу, которые могут являться объектом рекламирования.

Комиссия, учитывая вышеизложенное пришло к выводу о том, что рассматриваемая информация не обладает всеми признаками рекламы в соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, в ней не содержится объекта рекламирования, а, следовательно, данная информация рекламой не является.

В соответствии с абзацем «а» пункта 40 Постановление Правительства РФ от 24.11.2020 №1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», рассмотрение дела подлежит прекращению антимонопольным органом в случае невозможности установления лица, нарушившего законодательство Российской Федерации о рекламе, в течение сроков, определенных пунктом 31 настоящих Правил.

Руководствуясь абзацем «а» пункта 40 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

Определила:

Производство по делу №016/05/18-865/2021 прекратить.

Председатель Комиссии: <...> –(должностное лицо);

Члены Комиссии: <...> –(должностное лицо);

<...> –(должностное лицо).