

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

Лицо, в действиях которого содержатся
признаки нарушения законодательства о
рекламе:

УПРАВЛЕНИЕ

ООО «МДЦ ГРУПП»

**Федеральной антимонопольной
службы**

<...> г.Москва, <...>

по Псковской области

Заявитель:

<...>

ул. Кузнецкая, 13, г. Псков, 180017

тел./факс (8112) 66-55-53

e-mail: to60@fas.gov.ru

г. Москва <...>

_____ № _____

на № _____ от _____

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 060/05/18-287/2020

Резолютивная часть решения оглашена 16 июля 2020 года

Комиссия Псковского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Заместитель председателя Комиссии:

<...>– заместитель руководителя - начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Псковского УФАС России;

Члены Комиссии:

<...>– главный специалист-эксперт отдела товарных рынков и естественных монополий Псковского УФАС России;

<...>– ведущий специалист-эксперт отдела контроля закупок, антимонопольного контроля органов власти и рекламы Псковского УФАС России,

рассмотрев материалы дела **№ 060/05/18-287/2020**, возбужденного по факту распространения 21.02.2020 в 14:53 на мобильный телефон (номер <...>) нежелательного звонка с номера +74952210458 с предложением пройти ряд медицинских услуг.

УСТАНОВИЛА:

В адрес Псковского УФАС России поступило заявление <...> (вх. № 180-з от 25.02.2020) о признаках нарушения Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения 21.02.2020 в 14:53 на мобильный телефон (номер <...>) нежелательного звонка с номера +74952210458 с предложением пройти ряд медицинских услуг.

В целях осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе, установления лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе, Псковским УФАС России был направлен запрос в адрес ПАО «Вымпел-Коммуникации», в соответствии с ответом на который (вх. № 616-р от 19.03.2020), факт поступления звонка на номер Заявителя <...>) 21.02.2020 в 14:53 подтверждается предоставленной оператором связи детализацией услуг связи, номер <...> принадлежит номерной емкости ООО «<...>».

Псковским УФАС России в адрес ООО «<...>» (<...>) был направлен запрос о

предоставлении информации, в соответствии с ответами на который (вх. № 607-р от 18.03.2020 и № 675-р от 25.03.2020), указанный номер телефона выделен абоненту – ООО «К» (ИНН: <...>) в соответствии с договором о присоединении сетей электросвязи № <...>/1 от 21.05.2012 и дополнительным соглашением от 23.12.2019 № 138.

В соответствии с информацией, поступившей от ООО «К» (вх.1222-Р от 25.05.2020), абонентский номер <...> подключен абоненту ООО «МДЦ ГРУПП» (ИНН: 9705114814, находящемся по адресу: г.Москва, <...>) на основании договора об оказании телекоммуникационных услуг №K0878 от 01.01.2019. Звонок с указанного номера 21.02.2020 в 14:53 на номер +<...> ООО «К» подтверждает.

Объяснения по факту распространения вышеуказанного звонка на номер +<...>, в том числе согласие на получение рекламы от абонента, которому принадлежит указанный номер <...> от ООО «МДЦ ГРУПП» не поступали, определения о рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, согласно данным почтового отправления №80080949875781, №80080949874586 ООО «МДЦ ГРУПП» получены не были. Определения также направлялись по электронной почте mdc2018@mail.ru.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, реклама - это 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.

Вышеуказанный звонок, отправленный на мобильный телефон (номер +<...>) является рекламой, так как содержат признаки рекламы, установленные п. 1 ст. 3 Закона о рекламе:

1. Объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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.

Содержание вышеуказанного звонка ассоциируется у потенциального потребителя с медицинскими услугами. Соответственно, объектом рекламирования являются медицинские услуги.

2. Информация адресована неопределенному кругу лиц.

Федеральной антимонопольной службой России в письме от 05.04.2007 № АЦ/4624 разъяснено, что 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.

Звонок, поступивший на телефон заявителя, не носит персонифицированный характер.

3. Информация направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, (медицинским услугам), формирование и поддержание интереса к ним и продвижению их на рынке.

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Распространенная на номер Заявителя информация соответствует определению рекламы, данному в статье 3 Закона о рекламе, поскольку содержит информацию, распространяемую посредством подвижной радиотелефонной связи, адресованную неопределенному кругу лиц, то есть, не персонифицированную, и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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.

Таким образом, обязанность доказывать наличие согласия на получение рекламы возложено на рекламодателя.

Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в пункте 15 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал следующее: 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 необходимо иметь ввиду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Абонент, согласно статье 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126 «О связи» (далее - Закон о связи), это пользователь услуг связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

В соответствии с частью 1 статьи 44.1 Закона о связи рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки, в случае осуществления рассылки по его инициативе, не докажет, что такое согласие было получено.

Комиссия признает рекламораспространителем ООО «МДЦ ГРУПП» как лицо, осуществившее распространение рекламы посредством подвижной радиотелефонной связи.

Пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

- 1. Признать ненадлежащей рекламу, содержащую предложение пройти ряд медицинских услуг, распространенную 21.02.2020 в 14:53 на мобильный телефон (номер +<...>) ООО «МДЦ ГРУПП» (ИНН: <...>, находящейся по адресу: г.Москва, <...>) с использованием телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы, чем нарушены требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе.**
2. Выдать ООО «МДЦ ГРУПП» предписание о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Псковского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

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

Заместитель председателя Комиссии _____ <...>.

Члены Комиссии:

_____ <...>.

_____ <...>