

РЕШЕНИЕ
по делу № 077/05/18-17539/2022

«28» февраля 2023 г.

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: <...>,

членов Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 077/05/18-17539/2022 по признакам нарушения <...> части 1 статьи 18 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении на адрес электронной почты <...> посредством e-mail-сообщений рекламы следующего содержания:

«Интернет профессия за 4 дня. Бесплатно

Здравствуйте. Приходите на открытый онлайн-тренинг «Технология настройки интернет-рекламы» Рынок интернет-рекламы – огромен. Предприниматели России тратят более 200 000 000 000 рублей в год на рекламу в интернете. При таких затратах в стране и в мире появился острый дефицит специалистов. Бизнесу не хватает даже плохих рекламщиков, чего уж и говорить о хороших... Предлагаем вам научиться новой интернет профессии всего за 4 дня Приходи и овладей новой профессией На онлайн-уроке разберем:

- *Кто такой специалист по контекстной рекламе.*
- *Каждый из учеников сможет создать свои первые рекламные объявления и отправит их на проверку.*
- *Научитесь правильно составлять тексты и подбирать изображения для объявлений.*
- *Расчет оптимальной цены клика.*
- *Как находить клиентов новичку.*
- *Яндекс Метрика и Аналитика.*

Приходи и овладей новой профессией До встречи!», поступившего 11.10.2022 в 13:15 с электронного адреса <...>,

в отсутствие <...>,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-17539/2022 возбуждено в отношении <...> на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения на адрес электронной почты <...> посредством e-mail-сообщений рекламы следующего содержания:

«Интернет профессия за 4 дня. Бесплатно

Здравствуйте. Приходите на открытый онлайн-тренинг «Технология настройки интернет-рекламы» Рынок интернет-рекламы – огромен. Предприниматели России тратят более 200 000 000 000 рублей в год на рекламу в интернете. При таких затратах в стране и в мире появился острый дефицит специалистов. Бизнесу не хватает даже плохих рекламщиков, чего уж и говорить о хороших... Предлагаем вам научиться новой интернет профессии всего за 4 дня Приходи и овладей новой профессией На онлайн-уроке разберем:

- *Кто такой специалист по контекстной рекламе.*

- Каждый из учеников сможет создать свои первые рекламные объявления и отправит их на проверку.
- Научитесь правильно составлять тексты и подбирать изображения для объявлений.
- Расчет оптимальной цены клика.
- Как находить клиентов новичку.
- Яндекс Метрика и Аналитика.

Приходи и овладей новой профессией До встречи!», поступившей 11.10.2022 в 13:15 с электронного адреса <...>.

Поступление указанной рекламы адрес электронной почты <...> подтверждается скриншотом и выгрузкой электронного письма, представленными заявителем.

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.

В соответствии с пунктом 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.

Исходя из текста спорного e-mail-сообщения, в котором содержится предложение образовательных услуг, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

В распространенной рекламе отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Текст рекламы не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания. В материалы дела не представлено доказательств направления рекламного e-mail-сообщения исключительно на адрес электронной почты одного физического лица – заявителя.

Таким образом, информация, распространенная посредством e-mail-сообщения на адрес электронной почты <...> отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством e-mail-сообщения; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, что сторонами по делу не оспаривается.

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 рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель 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.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации,

изложенной в пункте 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

Заявитель прямо указал на то, что не давал согласие на получение рекламного сообщения с электронного адреса <...>. Доказательств обратного в материалы дела не представлено.

В настоящем случае отсутствует выраженное согласие абонента именно на получение рекламы, в том числе от конкретного рекламодателя.

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

Таким образом, реклама, распространения на адрес электронной почты <...> посредством e-mail-сообщений рекламы следующего содержания:

«Интернет профессия за 4 дня. Бесплатно

Здравствуйтесь. Приходите на открытый онлайн-тренинг «Технология настройки интернет-рекламы» Рынок интернет-рекламы – огромен. Предприниматели России тратят более 200 000 000 000 рублей в год, на рекламу в интернете. При таких затратах в стране и в мире появился острый дефицит специалистов. Бизнесу не хватает даже плохих рекламщиков, чего уж и говорить о хороших... Предлагаем вам научиться новой интернет профессии всего за 4 дня Приходи и овладей новой профессией На онлайн-уроке разберем:

- *Кто такой специалист по контекстной рекламе.*
- *Каждый из учеников сможет создать свои первые рекламные объявления и отправит их на проверку.*
- *Научитесь правильно составлять тексты и подбирать изображения для объявлений.*
- *Расчет оптимальной цены клика.*
- *Как находить клиентов новичку.*
- *Яндекс Метрика и Аналитика.*

Приходи и овладей новой профессией До встречи!», поступившего 11.10.2022 в 13:15 с электронного адреса <...>, с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе является ненадлежащей.

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

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

Согласно документам и сведениям, представленным ООО «Конструктор», домен <...> принадлежит <...>.

На основании изложенного <...> является рекламодателем рекламы, обратного в материалы дела не представлено, сторонами не оспаривается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях <...> установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении на адрес электронной почты <...> посредством e-mail-сообщений рекламы следующего содержания:

«Интернет профессия за 4 дня. Бесплатно

Здравствуйте. Приходите на открытый онлайн-тренинг «Технология настройки интернет-рекламы» Рынок интернет-рекламы – огромен. Предприниматели России тратят более 200 000 000 000 рублей в год, на рекламу в интернете. При таких затратах в стране и в мире появился острый дефицит специалистов. Бизнесу не хватает даже плохих рекламщиков, чего уж и говорить о хороших... Предлагаем вам научиться новой интернет профессии всего за 4 дня Приходи и овладей новой профессией На онлайн-уроке разберем:

- *Кто такой специалист по контекстной рекламе.*
- *Каждый из учеников сможет создать свои первые рекламные объявления и отправит их на проверку.*
- *Научитесь правильно составлять тексты и подбирать изображения для объявлений.*
- *Расчет оптимальной цены клика.*
- *Как находить клиентов новичку.*
- *Яндекс Метрика и Аналитика.*

Приходи и овладей новой профессией До встречи!», поступившего 11.10.2022 в 13:15 с электронного адреса <...>.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 (далее – Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи <...> предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1, 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать <...> нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на адрес электронной почты <...> посредством e-mail-сообщений рекламы следующего содержания:

«Интернет профессия за 4 дня. Бесплатно

Здравствуйте. Приходите на открытый онлайн-тренинг «Технология настройки интернет-рекламы» Рынок интернет-рекламы – огромен. Предприниматели России тратят более 200 000 000 000 рублей в год на рекламу в интернете. При таких затратах в стране и в мире появился острый дефицит специалистов. Бизнесу не хватает даже плохих рекламщиков, чего уж и говорить о хороших... Предлагаем вам научиться новой интернет профессии всего за 4 дня Приходи и овладей новой профессией На онлайн-уроке разберем:

- *Кто такой специалист по контекстной рекламе.*
- *Каждый из учеников сможет создать свои первые рекламные объявления и отправит их на проверку.*
- *Научитесь правильно составлять тексты и подбирать изображения для объявлений.*
- *Расчет оптимальной цены клика.*
- *Как находить клиентов новичку.*
- *Яндекс Метрика и Аналитика.*

Приходи и овладей новой профессией До встречи!», поступившего 11.10.2022 в 13:15 с электронного адреса <...>, без предварительного согласия абонента на получение рекламы.

2. Выдать <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>

<...>