

ИП Бесчастнову \*.

\*

ООО «Новосистем»

## **РЕШЕНИЕ**

\*

по делу № 077/05/18-1319/2024

«28» февраля 2024 года

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 № 077/05/18-1319/2024, возбужденное в отношении ИП Бесчастнова \*. (ОГРНИП 321645100038558, ИНН 643969364688) по факту распространения на телефонный номер \* рекламы посредством телефонного звонка:

«– Алло, здравствуйте.

– Да.

– Меня зовут Антон, консультант по недвижимости. Подскажите, рассматриваете варианты квартир по Москве или Московской области?

– Нет.

– Подскажите пожалуйста, отложили покупку?

– А с чего вы взяли, что я такое желание вообще изъявлял?

– Судя по всему, вы оставляли ваши контакты на одном из партнёрских сайтов, поэтому вам поступает звонок.

– На каком именно?

– Ну у нас их много различных, возможно раньше интересовались...

– Перечислите, пожалуйста.

– К сожалению, такую информацию не могу вам предоставить...

– Какую организацию вы представляете?

– Если вам неинтересна недвижимость, тогда всего доброго, до свидания.

– Какую организацию вы представляете?...», поступившей 20.01.2023 в 13:55 с телефонного номера \*, с признаками нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы,

в отсутствие ИП Бесчастнова \* (уведомлен надлежащим образом согласно почтовому идентификатору 80089393219783), ООО «Новосистем» (заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя вх. № 9804-ЭП/24 от 15.02.2024),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-1319/2024 возбуждено в отношении ИП Бесчастнова \*. на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения на телефонный номер \* посредством телефонного звонка рекламы следующего содержания:

«– Алло, здравствуйте.

– Да.

– Меня зовут Антон, консультант по недвижимости. Подскажите, рассматриваете варианты квартир по Москве или Московской области?

– Нет.

– Подскажите пожалуйста, отложили покупку?

– А с чего вы взяли, что я такое желание вообще изъявлял?

– Судя по всему, вы оставляли ваши контакты на одном из партнёрских сайтов, поэтому вам поступает звонок.

– На каком именно?

– Ну у нас их много различных, возможно раньше интересовались...

– Перечислите, пожалуйста.

– К сожалению, такую информацию не могу вам предоставить...

– Какую организацию вы представляете?

– Если вам неинтересна недвижимость, тогда всего доброго, до свидания.

– Какую организацию вы представляете?...», поступившей 20.01.2023 в 13:55 с телефонного номера \*.

Поступление указанной рекламы на телефонный номер \* подтверждается аудиозаписью телефонного разговора, содержащего текст рассматриваемого звонка, а также детализированной выпиской, представленной заявителем.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

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 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.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

При этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

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.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

При этом в случае направления посредством телефонного звонка 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 обобщенный 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 неопределенного круга лиц и являются рекламой.

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.

Резюмируя изложенное, Комиссия отмечает, что рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В материалы дела не представлено доказательств осуществления рекламного звонка исключительно на телефонный номер одного физического лица – заявителя.

Согласно пункту 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В настоящем случае спорный телефонный звонок направлен на привлечение внимания к услугам по приобретению недвижимости.

Исходя из текста телефонного звонка, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к

объекту рекламирования.

Таким образом, на основании вышеизложенного, Комиссия установила, что информация, распространенная посредством осуществления на номер телефона \* телефонного звонка, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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.

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.

Заявитель прямо указал на то, что не давал согласие на получение рекламного звонка.

В соответствии с пунктом 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента должно быть выражено в форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

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, распространенная на телефонный номер \* посредством телефонного звонка рекламы следующего содержания:

*«– Алло, здравствуйте.*

*– Да.*

*– Меня зовут Антон, консультант по недвижимости. Подскажите, рассматриваете варианты квартир по Москве или Московской области?*

– Нет.

– Подскажите пожалуйста, отложили покупку?

– А с чего вы взяли, что я такое желание вообще изъявлял?

– Судя по всему, вы оставляли ваши контакты на одном из партнёрских сайтов, поэтому вам поступает звонок.

– На каком именно?

– Ну у нас их много различных, возможно раньше интересовались...

– Перечислите, пожалуйста.

– К сожалению, такую информацию не могу вам предоставить...

– Какую организацию вы представляете?

– Если вам неинтересна недвижимость, тогда всего доброго, до свидания.

– Какую организацию вы представляете?...», поступившей 20.01.2023 в 13:55 с телефонного номера \*, 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 сведениям реестра российской системы и плана нумерации номер отправителя \* закреплен за ООО «Новосистем».

В ответ на запрос Московского УФАС России ООО «Новосистем» сообщило, что телефонный номер \* выделен ИП Бесчастнову \* (ОГРНИП 321645100038558, ИНН 643969364688, юридический адрес: Саратовская обл., г. Балаково, Саратовское ш., д. 69/1, кв. 81, e-mail: \*) на основании Договора об оказании услуг связи № ЕД21082177 от 01.06.2021.

На основании изложенного, ИП Бесчастнов \* является рекламодателем спорной рекламы следующего содержания.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ИП Бесчастнова \* установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении на телефонный номер \* посредством телефонного звонка

рекламы следующего содержания:

*«– Алло, здравствуйте.*

*– Да.*

*– Меня зовут Антон, консультант по недвижимости. Подскажите, рассматриваете варианты квартир по Москве или Московской области?*

*– Нет.*

*– Подскажите пожалуйста, отложили покупку?*

*– А с чего вы взяли, что я такое желание вообще изъявлял?*

*– Судя по всему, вы оставляли ваши контакты на одном из партнёрских сайтов, поэтому вам поступает звонок.*

*– На каком именно?*

*– Ну у нас их много различных, возможно раньше интересовались...*

*– Перечислите, пожалуйста.*

*– К сожалению, такую информацию не могу вам предоставить...*

*– Какую организацию вы представляете?*

*– Если вам неинтересна недвижимость, тогда всего доброго, до свидания.*

*– Какую организацию вы представляете?...», поступившей 20.01.2023 в 13:55 с телефонного номера \*, без предварительного согласия абонента на получение рекламы.*

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.

Согласно пункту 54 Правил добровольное устранение лицом (лицами) совершенного нарушения является основанием для антимонопольного органа не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия Московского УФАС России установила, что зафиксированное нарушение рекламного законодательства является разовым, аналогичных жалоб на действия

ИП Бесчастнова \* в адрес Московского УФАС России не поступало.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе. При этом, в случае выявления новых фактов распространения ИП Бесчастновым \* рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 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 ИП Бесчастнова \*, нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на телефонный номер \* посредством телефонного звонка рекламы следующего содержания:

*«– Алло, здравствуйте.*

*– Да.*

*– Меня зовут Антон, консультант по недвижимости. Подскажите, рассматриваете варианты квартир по Москве или Московской области?*

*– Нет.*

*– Подскажите пожалуйста, отложили покупку?*

*– А с чего вы взяли, что я такое желание вообще изъявлял?*

*– Судя по всему, вы оставляли ваши контакты на одном из партнёрских сайтов, поэтому вам поступает звонок.*

*– На каком именно?*

*– Ну у нас их много различных, возможно раньше интересовались...*

*– Перечислите, пожалуйста.*

*– К сожалению, такую информацию не могу вам предоставить...*

*– Какую организацию вы представляете?*

*– Если вам неинтересна недвижимость, тогда всего доброго, до свидания.*

*– Какую организацию вы представляете?...», поступившей 20.01.2023 в 13:55*



с телефонного номера \*, без предварительного согласия абонента на ее получение.

2. 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.

\*