

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/18-1922/2022

Резолютивная часть решения оглашена 18 января 2023 г.

В полном объеме решение изготовлено 30 января 2023 г.

«30» января 2023 г. г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель
Комиссии: < > – заместитель руководителя
Управления Федеральной
антимонопольной службы по Московской
области (далее – Управление);

< > – начальник отдела контроля за
рекламной деятельностью и
недобросовестной конкуренцией
Управления;

Члены Комиссии:

< > – ведущий специалист-эксперт отдела
контроля за рекламной деятельностью
и недобросовестной конкуренцией
Управления,

рассмотрев дело № 050/05/18-1922/2022, возбужденное по факту совершения 29.08.2022 в 10:45 на принадлежащий заявителю абонентский номер < > рекламного звонка с абонентского номера < > следующего содержания: *«Здравствуйте! Меня зовут Ирина, компания < >. Дело в том, что сейчас, для всех новых абонентов, мы подготовили выгодные условия для абонентов. Подскажите, у Вас домашний интернет от какой компании подключен?»* и 22.09.2022 в 16:24 рекламного звонка с абонентского номера < > следующего содержания: *«Здравствуйте! Меня зовут Кристина, компания < >. Дело в том, что сейчас для всех новых абонентов, мы подготовили выгодные условия для абонентов. Подскажите, у Вас домашний интернет от какой компании подключен?»* без предусмотренного частью 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы,

в отсутствие < >, извещенного надлежащим образом
о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение
< > о совершении 29.08.2022 в 10:45на принадлежащий заявителю
абонентский номер < > рекламного звонка
с абонентского номера < > следующего содержания: *«Здравствуйте!
Меня зовут Ирина, компания < >. Дело в том, что сейчас, для всех новых
абонентов, мы подготовили выгодные условия для абонентов.
Подскажите, у Вас домашний интернет от какой компании подключен?»* и
22.09.2022 в 16:24рекламного звонка с абонентского номера <
> следующего содержания: *«Здравствуйте! Меня зовут Кристина,
компания < >. Дело в том, что сейчас для всех новых абонентов, мы
подготовили выгодные условия для абонентов. Подскажите, у Вас
домашний интернет от какой компании подключен?»* без
предусмотренного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе
предварительного согласия абонента или адресата на получение
рекламы.

Согласно позиции < > рассматриваемые звонки совершены на
основании заключенного с < > договора,согласно которому <
> совершает по поручению оператора связи юридические и иные
действия по расширению абонентской базы
на рынке услуг связи на территории деятельности оператора путем
проведения телефонных диалогов с потенциальными и действующими
абонентами.

Указанные звонки были направлены клиенту персонализировано
в целях информирования о выгодных условиях домашнего интернета.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

В силу положений пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой
признается 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.

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.

Согласно пункту 2 статьи 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.

В силу пункта 3 статьи 2 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

Рассматриваемые звонки являются рекламой, поскольку отвечают всем признакам рекламы, согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, а именно: является информацией «...» компания < >. Дело в том, что сейчас для всех новых абонентов, мы подготовили выгодные условия для абонентов. Подскажите, у Вас домашний интернет от какой компании подключен?», распространенной по сетям электросвязи, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к услугам

ПАО < >.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон 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 – любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Абонентский номер < > выделен ООО < > (далее – Общество) Васючкову А.А. на основании договора о предоставлении услуг подвижной связи, также Общество подтверждает факт поступления входящих

звонков 29.09.2022 в 10:45 на абонентский номер < > с абонентского номера < > и 22.09.2022 в 16:24 с абонентского номера < >. Кроме того, факт поступления рекламных звонков подтверждается детализацией, приложенной к обращению, и не опровергается < >.

Согласно документам и сведениям, представленным ПАО < >, абонетские номера < > и < > выделены < > на основании договора об оказании услуг связи < > № < > от 27.10.2020.

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 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.

Согласно представленной позиции < > следует, что при осуществлении звонка перед озвучиванием информации оператор задается абоненту вопрос о согласии прослушать информацию рекламного характера. В случае отказа абонента прослушать рекламу, оператор прекращает разговор.

Из представленных < > в материалы дела аудиозаписей следует, что вопрос о согласии прослушать информацию рекламного характера перед озвучиванием информации не задавался.

< > не представил доказательств наличия предварительного согласия < > на получение им рекламы 29.08.2022 и 22.09.2022 на принадлежащий заявителю абонентский номер < > от < >

Таким образом Комиссия приходит к выводу об отсутствии у < > согласия на получение рекламы < > на дату совершения рекламных звонков.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18.

Согласно материалам дела рекламодателем спорной рекламы является < > В ходе рассмотрения дела ИП < > указанный довод не оспорил.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному 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.

В ходе рассмотрения дела ИП < > не представил документы и сведения, подтверждающие прекращение распространения рекламы с нарушением требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП < > предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы Московской

области

для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела по признакам нарушения статьи 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 < >

< >

< >

(499) 755-23-23 < >