

ПАО «Мегафон»

127006, г. Москва,
Оружейный пер., д. 41,

ООО «ТЕЛЕРАЙТ»

109444, г. Москва, Сормовский
проезд, д. 11/7, стр. 2

ork@optimatel.ru

ООО ИК «Фридом Финанс»

129090, г. Москва,
Олимпийский пр-т, д. 14, этаж 9

123112, г. Москва,
1-й Красногвардейский проезд, д. 15,
этаж 17-18 (Башня «Меркурий»,
Москва-Сити)

info@ffin.ru

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-18-285/77-18

«05» декабря 2018 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 № 3-18-285/77-18, возбужденное в отношении ООО ИК «Фридом Финанс» (ОГРН 1107746963785, ИНН 7705934210) по факту распространения посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы следующего содержания: «Денис Николаевич, здравствуйте! Меня Сергей зовут, я звоню вам из информационной компании Фридом Финанс в целях делового знакомства...», поступившей: 06.07.2018 в 15:58 с телефонного номера +7-495-783-91-73, 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 по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной связи, без предварительного согласия абонента на получение рекламы,

в отсутствие представителей ООО «РУСЭКСПОРТ», ПАО «ВымпелКом» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-18-285/77-18 возбуждено в отношении ООО «РУСЭКСПОРТ» на основании заявления физического лица по факту распространения посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы следующего содержания: «Денис Николаевич, здравствуйте! Меня Сергей зовут, я звоню вам из информационной компании Фридом Финанс в целях делового знакомства...», поступившей: 06.07.2018 в 15:58 с телефонного номера +7-495-783-91-73.

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.

ООО ИК «Фридом Финанс» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 25.11.2010 за основным государственным регистрационным номером 1107746963785, ИНН 7705934210, КПП 770301001.

Согласно материалам дела № 3-18-285/77-18 на номер телефона <...> 06.07.2018 в 15:58 с телефонного номера +7-495-783-91-73 поступила спорная реклама.

Поступление указанной рекламы на телефонный номер <...> подтверждается аудиозаписью телефонного разговора, содержащий текст рассматриваемого сообщения, а также детализированной выпиской, представленной заявителем и ПАО «Мегафон».

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 — 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.

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.

В материалы дела не представлено доказательств направления спорного телефонного звонка исключительно в адрес одного физического лица — заявителя.

В тексте рекламы присутствует имя и отчество лица, на восприятие которого направлена распространенная информация.

Однако Комиссия приходит к выводу, что обращение к абоненту в данном случае не является фактором, определенно идентифицирующим получателя распространяемой информации. Подобное обращение к потенциальному клиенту является нормальным общепринятым поведением в обществе, соответствующим правилам обычного и делового этикета и лишь свидетельствует о клиентоориентированной направленности деятельности рекламораспространителя при продвижении своей продукции на рынке.

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 абонента), представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

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

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.

Исходя из текста сообщения, в котором содержится предложение о сотрудничестве в сфере финансовых услуг, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

Таким образом, информация, распространенная посредством осуществления на номер телефона <...> 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 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 рекламораспространителя. 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

рекламораспространителя.

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера <...>, согласие на получение рекламы от ООО ИК «Фридом Финанс» он не давал.

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

Таким образом, распространение на телефонный номер <...> посредством телефонного звонка рекламы «Денис Николаевич, здравствуйте! Меня Сергей зовут, я звоню вам из информационной компании Фридом Финанс в целях делового знакомства...», поступившей: 06.07.2018 в 15:58 с телефонного номера +7-495-783-91-73, 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 рекламораспространитель.

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

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

В соответствии с представленными ПАО «Мегафон» сведениями, номер +7-495-783-91-73 не относится к выделенному ПАО «Мегафон» ресурсу нумерации. Согласно данным Российского плана нумерации, номер +7-495-783-91-73 закреплен за ООО «ТЕЛЕРАЙТ». Согласно сведениям ООО «ТЕЛЕРАЙТ» указанный номер выделен ООО ИК «Фридом Финанс» на основании договора об оказании услуг связи № 506-ТР от 01.11.2016 (далее — Договор).

Согласно пункту 1.1 Договора, ООО «ТЕЛЕРАЙТ» предоставляет ООО ИК «Фридом Финанс» доступ к сети связи ООО «ТЕЛЕРАЙТ» с оказанием услуг местной телефонной связи сети связи общего пользования, доступа к услугам внутризоновой, междугородной и международной телефонной связи, а также телематические услуги связи и услуги связи по передаче данных, а ООО ИК «Фридом Финанс» оплачивает оказанные услуги связи на условиях настоящего договора.

В соответствии с пунктом 6.4 Договора, ООО «ТЕЛЕРАЙТ» не несет ответственности перед ООО ИК «Фридом Финанс» и третьими лицами за содержание информации передаваемой и получаемой ООО ИК «Фридом Финанс» при пользовании ООО ИК «Фридом Финанс» услугами связи ООО «ТЕЛЕРАЙТ».

Согласно бланку заказа услуг к Договору от 01.11.2016, абонентский номер +7-495-783-91-73 выделен ООО ИК «Фридом Финанс».

На основании изложенного ООО ИК «Фридом Финанс» является

рекламораспространителем рекламы «Денис Николаевич, здравствуйте! Меня Сергей зовут, я звоню вам из информационной компании Фридом Финанс в целях делового знакомства...», поступившей: 06.07.2018 в 15:58 с телефонного номера +7-495-783-91-73.

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, законной по содержанию, но не по способу распространения потребителю рекламы, ООО ИК «Фридом Финанс» не представлено.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО ИК «Фридом Финанс» установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении на телефонный номер <...> рекламы следующего содержания: «Денис Николаевич, здравствуйте! Меня Сергей зовут, я звоню вам из информационной компании Фридом Финанс в целях делового знакомства...», поступившей: 06.07.2018 в 15:58 с телефонного номера +7-495-783-91-73, без предварительного согласия абонента на ее получение.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения указанной рекламы, ООО ИК «Фридом Финанс» не представлено.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, 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 ООО ИК «Фридом Финанс» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Таким образом, исходя из положений договора, учитывая все обстоятельства данного дела, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи предписания ООО «ТЕЛЕРАЙТ» о принятии мер по предотвращению использования ООО ИК «Фридом Финанс» телефонного номера +7-495-783-91-73 в целях распространения рекламы на телефонный номер <...>.

Выдача предписания ООО «ТЕЛЕРАЙТ» направлено на дополнительную защиту абонента телефонного номера <...> от нежелательной рекламы, поступающей от ООО ИК «Фридом Финанс».

Руководствуясь пунктом 2 части 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 Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО ИК «Фридом Финанс» (ОГРН 1107746963785, ИНН 7705934210) нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на телефонный номер <...> рекламы следующего содержания: «Денис Николаевич, здравствуйте! Меня Сергей зовут, я звоню вам из информационной компании Фридом Финанс в целях делового знакомства...», поступившей: 06.07.2018 в 15:58 с телефонного номера +7-495-783-91-73, без предварительного согласия абонента.

2. Выдать ООО ИК «Фридом Финанс» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «ТЕЛЕРАЙТ» (ОГРН 1167746771323, ИНН 9721011220) предписание о принятии мер по предотвращению использования ООО ИК «Фридом Финанс» телефонного номера +7-495-783-91-73 в целях распространения ненадлежащей рекламы на телефонный номер <...>.

4. 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

<...>

<...>

<...>