



## УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИ ДЕЛА №066/05/18-4115/2022 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

16 декабря 2022 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев заявление физического лица (вх.№12730-ИП/22 от 23.11.2022) с жалобой на распространение на его почтовый ящик <...>@gmail.com 23.11.2022 с электронного почтового ящика [marketing@ml-center.ru](mailto:marketing@ml-center.ru) письма с рекламой акции «Медицинского лучевого центра» без согласия адресата на ее получение с признаками нарушения ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

### УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх.№12730-ИП/22 от 23.11.2022) с жалобой на распространение на его почтовый ящик <...>@gmail.com 23.11.2022 с электронного почтового ящика [marketing@ml-center.ru](mailto:marketing@ml-center.ru) письма с рекламой акции «Медицинского лучевого центра» без согласия адресата на ее получение следующего содержания:



**До 1 декабря дарим скидку 10% на проведение КТ легких или рентгенографии органов грудной клетки**

Пневмония – это острое инфекционное заболевание преимущественно бактериального происхождения, которое характеризуется поражением легочной ткани и приводит к нарушению функции дыхания.

"Золотым" стандартом диагностики пневмонии является КТ легких. Также для диагностики заболевания проводят рентгенографию органов грудной клетки в двух проекциях.

[Забрать скидку](#)

[Смотреть видео о диагностике КТ](#)



[Записаться в МЛЦ](#)



**ул. Розы Люксембург, 49**

** (343) 311-33-00**



Авторское право © \* | 2022 | \*\* | ООО "Медицинский лучевой центр" | \* Все права защищены.  
Телефон: +7 (343) 311-33-00 (многоканальный)

Юридический адрес: 443099 Самарская область, г. Самара, ул. Алексея Толстого, дом 99, 1 этаж, ком. 59/1V

Лицензия ЛО-66-01-006855 от 07.10.2021

**Вы получили это письмо, так как являетесь клиентом "МЛЦ" или подписались на раздел акции.**

Чтобы отписаться от этой рассылки, перейдите по ссылке

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) понимается 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 (п. 1); под **объектом 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 (п.2); под **товаром**

– продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Согласно п.1 ст.4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» товар - объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

К объектам гражданских прав относятся вещи (включая наличные деньги и документарные ценные бумаги), иное имущество, в том числе имущественные права (включая безналичные денежные средства, бездокументарные ценные бумаги, цифровые права); результаты работ и оказание услуг; охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (интеллектуальная собственность); нематериальные блага (ст.128 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ).

Рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке.

К рекламной информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,
- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),
- характеристика, описание лица, его деятельности,
- информация о производимых или реализуемых товарах.

Таким образом, характер информации и ее отнесение к рекламе либо не рекламе связан исключительно с ее **целевой направленностью** на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В соответствии с позицией, изложенной в пункте 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 №37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В спорном письме, поступившем на электронный почтовый ящик заявителя, **указано наименование конкретного хозяйствующего субъекта - Медицинский лучевой центр**, приведена контактная информация (ул. Розы Люксембург, 49, (343)), а также **описано существо проводимой акции** («До 1 декабря дарим скидку 10% на проведение КТ легких или рентгенографии органов грудной клетки»), что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект и его услугу, сформировать к нему интерес с целью его продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя, следовательно, является рекламой.

В соответствии с **ч. 1 ст. 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.

**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.

При этом, согласно позиции, изложенной в Постановлении Арбитражного суда Московского округа от 01.02.2018 №Ф05-21313/2017 по делу №А40-64096/17, в целях соблюдения баланса частных и публичных интересов (постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 29.03.2011 №2-П), стабильности публичных правоотношений, а также в целях защиты прав и законных **интересов абонента как более слабой стороны** в рассматриваемых правоотношениях, при получении такого согласия абоненту должна быть предоставлена возможность изначально отказаться от получения рекламных рассылок, а сама форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие (абонент прямо выражает согласие на получение рекламы), а не опосредованной.

Предоставленное рекламодателю право на получение согласия абонента в любой форме не свидетельствует о его безграничном усмотрении в разрешении этого вопроса и оканчивается там, где начинаются права абонентов на выражение своего непосредственного согласия на получение рекламы. Обратное же приведет к злоупотреблениям со стороны рекламодателей, стремящихся любым способом навязать абоненту возможность распространения со своей стороны рекламы с приданием своим действиям **видимости законности**, что недопустимо в контексте п. 2 ст. 10 Гражданского кодекса Российской Федерации.

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.**

**Согласие** абонента может быть выражено **в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы** от конкретного рекламораспространителя (**абз. 4 п. 15** постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 №58); для признания надлежащим факта получения рекламораспространителем согласия абонента либо адресата на получение им рекламной информации изначально должно быть **явно выраженное согласие** абонента либо адресата на ее получение, в том числе, посредством отметки соответствующего надлежащим образом оформленного пункта (Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 12.10.2017 №Ф09-6366/17 по делу №А60-63378/2016).

В Определении Верховного Суда Российской Федерации от 12.02.2018 № 309-КГ17-22298 по делу № А60-63378/2016, указано, что **согласие абонента на получение рекламы, содержащееся в договоре, заключенном в письменной форме, подписанном абонентом**, в том числе в договоре на оказание услуг связи, позволяет однозначно идентифицировать абонента и может рассматриваться как надлежащее.

В Постановлении Девятого арбитражного апелляционного суда от 01.12.2020 по делу **№А40-70758/2020**, а также в Решении Арбитражного суда Свердловской области по делу №А60-64190/2021 указано, что распространение рекламы **против воли** абонента является **формой его информационного насилия.**

В свою очередь, в ч.1 ст.18 Закона о рекламе презюмируется отсутствие согласия, а не наоборот.

Заявитель указал, что является клиентом ООО «Медицинский лучевой центр», свой адрес электронной почты [<...>@gmail.com](mailto:...@gmail.com) предоставлял лишь с целью направления результатов исследования, согласия на распространение рекламы на его почтовый ящик не давал, полагает, что

компания самовольно внесла его в свою спам-базу. Подписчиком данной организации никогда не являлся.

Ответственность за нарушение требований, установленных ст.18 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе.

Как следует из информации, размещенной на сайте <https://cctld.ru>, регистратором домена [ml-center.ru](https://ml-center.ru) является ООО «Регистратор доменов».

ООО «Регистратор доменов» сообщило (вх.№13761-ЭП/22 от 06.12.2022), что администратором доменного имени ml-center.ru, является юридическое лицо, указавшее при регистрации следующие данные: ООО «МЛЦ», ИНН: 6318169232, юридический адрес: Россия, 443030, Самарская область, г. Самара, ул. Базарная, д. 30, Почтовый адрес: Россия, 443030, Самарская область, г. Самара, ул. Базарная, д. 30, контактный номер телефона: +7 846 3733030, адрес электронной почты: <...>. Владелец домена не менялся.

На основании вышеизложенного, предполагаемым рекламодателем спорной рекламы без предварительного согласия адресата на ее получение является ООО «МЛЦ».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

#### ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №066/05/18-4115/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: **физическое лицо**,

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

**ООО «МЛЦ»** (443030, г. Самара, ул. Базарная, 30, ОГРН: 1086318001110, дата присвоения ОГРН: 28.02.2008, ИНН: 6318169232, КПП: 631101001).

3. Назначить дело к рассмотрению на **13 января 2023 г. в 11 час. 00 мин.** (время местное, московское время 09-00) по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314) путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/6957791539>

Руководство участника видеоконференцсвязи размещено по ссылке: <https://sverdlovsk.fas.gov.ru/news/11212>.

Подключение и исправность технических устройств связи необходимо проверить заблаговременно, до начала рассмотрения дела. Документы, подтверждающие полномочие лиц, участвующих в рассмотрении дела, и документы, удостоверяющие их личность, необходимо направить заблаговременно по адресу электронной почты – <...>@fas.gov.ru.

5. **ООО «МЛЦ»** на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 10 января 2023 г.** следующие документы и сведения:

1) копии учредительных документов;

2) копии материалов, подтверждающих получение предварительного согласия адресата на распространение рекламы на его почтовый ящик <...>@gmail.com с электронного почтового ящика [marketing@ml-center.ru](mailto:marketing@ml-center.ru) (при наличии);

3) сведения о стоимости рекламной кампании;

4) сведения о количестве писем иным адресатам с электронного почтового ящика [marketing@ml-center.ru](mailto:marketing@ml-center.ru) с аналогичным предложением;

5) сведения о том, исключен ли почтовый ящик <...>@gmail.com заявителя из базы рассылки в рекламных целях (с приложением подтверждающих материалов, в случае принятия подобных мер);

6) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства, а именно, ч.1 ст.18 Закона о рекламе.

*Явка лиц, участвующих в деле, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.*

*Управление информирует о возможности представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов (указать номер дела) путем их направления по адресу электронной почты, указанной в расписке, с подтверждением того, что такой способ получения процессуальных документов будет являться надлежащим уведомлением (расписка должна быть заполнена физическим, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).*

Председатель Комиссии

<...>