



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о прекращении рассмотрения дела №066/05/18-3364/2023

Резолютивная часть оглашена 24.10.2023

В полном объеме изготовлено 27.10.2023

27.10.2023

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе (Приказ Свердловского УФАС России от 08.06.2023 №248/23):

председатель Комиссии <...> – заместитель руководителя управления,
члены Комиссии <...> – начальник отдела контроля органов власти,
<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти,

при участии:

- заявитель: <...>, извещена, участие не обеспечено,

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

ООО «ДубльГИС» (630048, г. Новосибирск, площадь им. Карла Маркса, д 7, этаж 13, ОГРН: 1045401929847, дата присвоения ОГРН: 09.07.2004, ИНН: 5405276278, КПП: 540401001) – <...> (доверенность от 07.03.2023 №23),

рассмотрев дело №066/05/18-3364/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения 07.09.2023 в 10:04 на электронный почтовый ящик anna@lovkina.ru с электронного почтового ящика otello@info.2gis.ru рекламы сервиса бронирования отелей «Отелло» 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),

УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/18-3364/2023 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 25.09.2023 (исх.№ДШ/19071/23 от 26.09.2023) по итогам рассмотрения заявления <...> (вх.№19497-ЭП/23 от 07.09.2023), и назначено к рассмотрению на 24.10.2023.

Заявитель указала (вх.№19497-ЭП/23 от 07.09.2023) о получении 07.09.2023 в 10:04 на электронный почтовый ящик anna@lovkina.ru с электронного почтового ящика otello@info.2gis.ru рекламы сервиса бронирования отелей «Отелло» без согласия адресата на ее получение.

ООО «ДубльГИС» в письменных объяснениях (вх.№22720-ЭП/23 от 18.10.2023), а также представитель на заседании комиссии сообщили, что общество действовало в соответствии с положениями Закона о рекламе.

Так, 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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено».

Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласно п. 15 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ 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.

ООО «ДубльГИС» поясняет, что **27.08.2021 года в Сервисе 2ГИС был создан личный аккаунт Пользователя (физического лица) с привязкой электронной почты anna@lovkina.ru** (см. Приложение № 6 к Пояснениям по делу).

При регистрации Пользователем аккаунта на дату 27.08.2021 в Сервисе 2ГИС Пользователю предоставлялся выбор способа авторизации (через Одноклассники; e-mail; Сбер ID; Apple ID; Вконтакте; Google; Facebook).

На странице регистрации (авторизации) был размещен текст о том, что, **нажимая на любую иконку, Пользователь принимает условия Лицензионного соглашения и дает согласие ООО «ДубльГИС» на обработку персональных данных на условиях и в целях, определенных Политикой конфиденциальности (см. Приложение 2).** При этом словосочетания «Лицензионное соглашение» и «Политика конфиденциальности» представляли собой активные ссылки, при клике на которые открывались тексты Лицензионного соглашения и Политики конфиденциальности, размещенные по адресам: <https://law.2gis.ru/licensing-agreement/> и <https://law.2gis.ru/privacy/> соответственно. Без нажатия на иконку и выбора способа авторизации нельзя было зарегистрировать аккаунт.

Вышеуказанным Пользователем был выбран способ авторизации в Сервисе 2ГИС - через Сбер ID. Доказательством авторизации с помощью Сбер ID является скриншот лога, взятого из ПО ООО «ДубльГИС» (см. Приложение 6 к Пояснениям по делу, рисунок 1, ячейка «soerсе» - в переводе «источник»).

При этом сервис Сбер ID представляет собой универсальную систему двухфакторной идентификации пользователя, служащую для получения доступа к различным услугам ПАО Сбербанк и его Партнеров.

Таким образом, **зарегистрировав аккаунт в Сервисе 2ГИС через Сбер ID, Пользователь <...> прошла идентификацию и заключила с ООО «ДубльГИС» Лицензионное соглашение.**

При этом важно уточнить, что данная регистрация не являлась обязательной, так как Сервис 2ГИС находится в свободном и бесплатном доступе. Таким образом, Пользователь <...> создала личный аккаунт в Сервисе 2ГИС с привязкой адреса электронной почты anna@lovkina.ru на добровольной основе, чтобы получить возможность применять дополнительные функции Сервиса 2ГИС, доступные зарегистрированным пользователям, такие как загрузка фотографий, написание отзывов, добавление объектов в избранное.

Заключив вышеуказанными действиями Лицензионное соглашение, <...> тем самым, в соответствии с пунктом 1.2 Лицензионного соглашения, приняла и условия Соглашения об использовании сервисов 2ГИС (на момент регистрации аккаунта редакция от 26.10.2020, <https://law.2gis.ru/rules/red261020>; действующая на сегодняшний день редакция - <http://law.2gis.ru/rules>). Согласно пункту 7.1 указанного Соглашения об использовании сервисов 2ГИС, Администрация вправе использовать нотификаторы для информирования Пользователя о возможностях Программных продуктов 2ГИС и/или об изменении информационных ресурсов. Кроме того, **пунктом 7.2 данного Соглашения предусмотрено, что в соответствии с ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе Пользователь предоставляет свое согласие на получение нотификаторов рекламного характера.**

Сервис бронирования отелей от 2ГИС «Отелло» является Продуктом 2ГИС, о наличии которого и была проинформирована 07.09.2023 <...> в связи с предоставленным ранее согласием на получение такой рассылки путем направления с электронного почтового ящика

otello@info.2gis.ru на e-mail: anna@lovkina.ru информации, описывающей возможности данного сервиса бронирования. Таким образом рассылка указанного сообщения была правомерной и не нарушала положений Закона о рекламе.

ООО «ДубльГИС» считает необходимым уточнить, что рассылка сопровождалась текстом о возможности отказа в получении аналогичных рассылок и гиперссылкой, при переходе по которой было возможно реализовать свое право на отказ (скриншот почтового отправления, подтверждающего возможность отказа от рассылки, прилагается, см. Приложение № 7 к Пояснениям по делу).

При этом <...> данное право реализовано не было. ООО «ДубльГИС» прилагает скриншоты логов, взятых из программного обеспечения ООО «ДубльГИС», в которых видно, что за время существования личного аккаунта Пользователь не осуществлял в установленном порядке отписку от рекламных сообщений.

Так в скриншоте лога, взятого из ПО ООО «ДубльГИС», в отношении e-mail anna@lovkina.ru можно увидеть поле (ячейку) с наименованием «subscribed», что в переводе означает «подписался» (см. Приложение № 8 к Пояснениям по делу). Под данным полем **нет информации о наличии отписок**. ООО «ДубльГИС» поясняет, что при осуществлении пользователем отписки от рассылки рекламы под указанным полем появляется соответствующая информация с наименованием «false», что говорит о снятии подписки. ООО «ДубльГИС» для примера предоставляет скриншот лога из ПО ООО «ДубльГИС» в отношении иного пользователя с электронным почтовым ящиком anton.makouski@gmail.com, который отписался от рассылки ему сообщений рекламного характера. В данном логе как раз видно под ячейкой «subscribed» слово «false», свидетельствующее об отказе от рассылки рекламы (см. Приложение № 8 к Пояснениям по делу).

ООО «ДубльГИС» считает важным пояснить, что указание в Лицензионном соглашении на согласие с Соглашением об использовании сервисов 2ГИС и вынесение последнего Соглашения в отдельный документ, находящийся в прямом доступе для ознакомления Пользователем, проходящим регистрацию, не говорит о том, что форма согласия получения рекламных сообщений не была прямой, а свидетельствует о структурированном подходе ООО «ДубльГИС» при донесении информации до пользователя для облегчения ее усвоения в связи с технической сложностью Продукта. То есть вся информация для ознакомления была представлена Пользователю в доступном виде, в полном объеме, чтобы Пользователь смог внимательно ее изучить и по итогу либо принять условия Лицензионного соглашения, либо не принимать.

При этом пользователь <...> приняла вышеуказанные условия и зарегистрировала аккаунт в Сервисе 2ГИС.

ООО «ДубльГИС» сообщает, что условия получения согласия абонента на рекламу, описанные в п.15 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» были соблюдены. <...> вышеуказанными действиями согласилась именно на получение рекламных рассылок, а не какой-то иной, не связанной с рекламой информации.

В ответ на запрос УФАС о предоставлении информации о стоимости рекламной кампании - ООО «ДубльГИС» уведомляет, что направление в адрес anna@lovkina.ru с электронного ящика otello@info.2gis.ru рекламной рассылки было осуществлено не в рамках каких-либо договорных отношений с иной организацией о возмездном оказании услуг на осуществление рекламной компании, а в связи с принадлежностью сервиса бронирования отелей «Отелло» к продуктам 2ГИС и получением согласия пользователя <...> (anna@lovkina.ru) на такую рассылку. Стоимостного выражения данная рассылка не имела.

ООО «ДубльГИС» уточняет, что с электронного почтового ящика otello@info.2gis.ru иным адресатам (зарегистрированным пользователям ООО «ДубльГИС») 07.09.2023 года было направлено 29 писем.

После получения Определения от 25.09.2023 года и указания в нем на желание Пользователя отписаться от рассылки электронный ящик anna@lovkina.ru был внесен в черный список и таким образом удален из рассылки (см. Приложение № 9 к Пояснениям по делу).

ООО «ДубльГИС» считает нужным уведомить, что ранее в 2021 году <...> уже обращалась

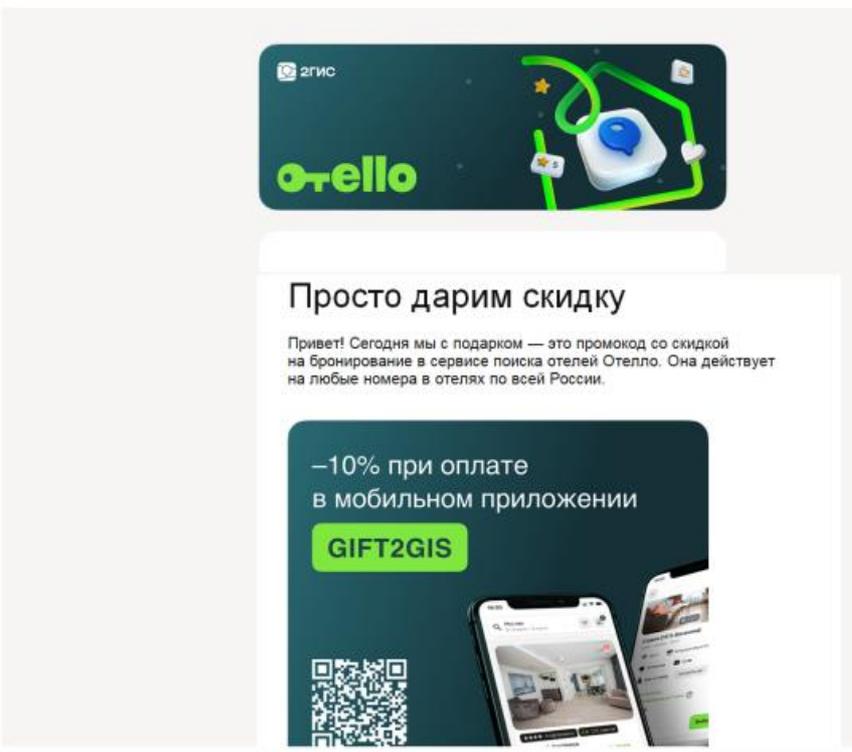
с аналогичной жалобой в УФАС по Свердловской области на незаконную рассылку рекламного сообщения, осуществленную на другой адрес электронной почты lovkina@mail.ru. Так до регистрации в 2021 году личного аккаунта физического лица в Сервисе 2ГИС (про который говорилось выше) в 2015 году <...> в Сервисе 2ГИС был зарегистрирован личный кабинет компании - Адвокатский кабинет <...>. При этом при регистрации личного кабинета использовался тот же принцип согласия Пользователя с Лицензионным соглашением и с рассылкой в его адрес рекламных сообщений, как и при регистрации аккаунта физического лица. После предоставления ООО «ДубльГИС» в адрес УФАС по Свердловской области пояснений - производство по делу об административном правонарушении возбуждено не было.

На основании указанного, ООО «ДубльГИС» просит производство по делу № 066/05/18-3364/2023, возбужденному по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, прекратить в связи с отсутствием факта нарушения законодательства о рекламе.

Рассмотрев представленные материалы, заслушав доводы и возражения сторон, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам.

Материалами дела установлено, что 07.09.2023 в 10:04 на электронный почтовый ящик anna@lovkina.ru с электронного почтового ящика otello@info.2gis.ru была распространена информация следующего содержания:

У нас подарок — скидка 10% на любые отели
Отелло — сервис бронирования отелей от 2ГИС <otello@info.2gis.ru>
При наличии проблем с отображением этого сообщения щелкните здесь, чтобы просмотреть его в веб-браузере.
Отправлено: Чт 07.09.2023 15:01
Кому: anna@lovkina.ru



Дополнительные сведения: Отелло — сервис бронирования отелей от 2ГИС. АКТ

У нас подарок — скидка 10% на любые отели

Отелло — сервис бронирования отелей от 2ГИС <otello@info.2gis.ru>

При наличии проблем с отображением этого сообщения щелкните здесь, чтобы просмотреть его в веб-браузере.

Отправлено: Чт 07.09.2023 15:01

Кому: anna@lovkina.ru

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).

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.

По мнению ФАС России 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, указан конкретный хозяйствующий субъект, осуществляющий деятельность под наименованием – *сервис поиска отелей «Отелло» от 2ГИС*, описано существо проводимой им акции – *«промокод со скидкой на бронирование в сервисе поиска отелей Отелло. -10% при оплате в мобильном приложении»*, что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект и его услугу, сформировать к нему интерес с целью его продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя.

Кроме того, по своему содержанию информация, доведенная до заявителя посредством электронного письма, адресована неопределенному кругу лиц. 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.

Гражданин приобретает и осуществляет права и обязанности под своим именем, включающим фамилию и собственно имя, а также отчество, если иное не вытекает из закона или национального обычая (п.1 ст.19 ГК РФ). Имя, полученное гражданином при рождении, а также перемена имени подлежат регистрации в порядке, установленном для регистрации актов гражданского состояния (п.3 ст.19 ГК РФ).

В рассматриваемом случае адресат по имени не назван.

Спорные сведения о рекламируемых услугах **носят обобщенный характер**, сообщение не содержит сведений о какой-либо услуге, которой мог бы воспользоваться исключительно заявитель, и которая предназначалась бы только для него, направлены на формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования – услугам *сервиса поиска отелей «Отелло» от 2ГИС*, **представляют интерес для неопределенного круга лиц**, в связи с чем 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**.

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 распространителю рекламы 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 распространителей рекламы, 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**.

Согласно ч.1 ст.23 Конституции РФ каждый имеет право на неприкосновенность частной жизни.

Для признания надлежащим факта получения рекламораспространителем согласия абонента либо адресата на получение им рекламной информации изначально должно быть явно выраженное желание абонента либо адресата на ее получение, в том числе, посредством отметки соответствующего надлежащим образом оформленного пункта.

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.

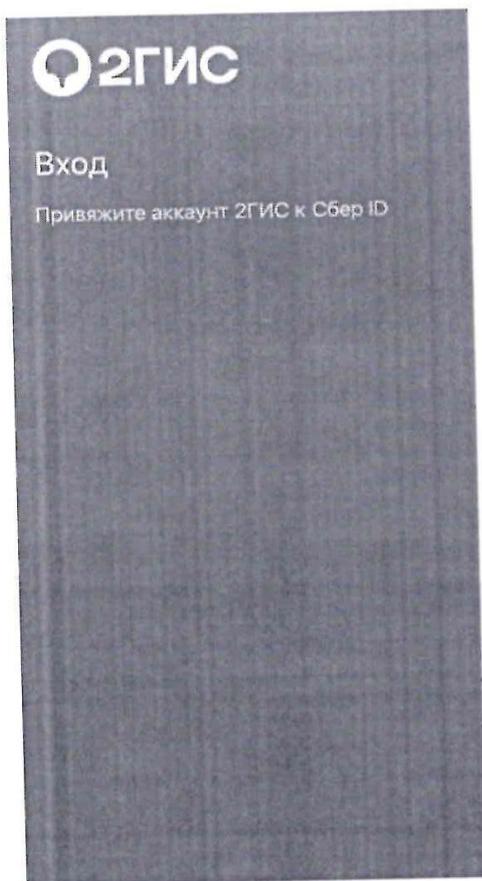
Согласно ст. 2 Закона о персональных данных его целью является обеспечение защиты прав и свобод человека и гражданина при обработке его персональных данных, в том числе защиты прав на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну. Неприкосновенность частной жизни в силу **п. 1 ст. 150 ГК РФ** является **нематериальным благом**, принадлежащим гражданину от рождения или в силу закона, **неотчуждаемым и непередаваемым** иным способом. При этом положения Закона о связи и Закона о рекламе о необходимости получения предварительного согласия субъекта персональных данных (абонента) также направлены на обеспечение и защиту прав субъектов персональных данных (Определение Конституционного Суда РФ от 23.06.2015 N 1537-О).

Так, 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 указала, что согласия на распространение рекламы на принадлежащий ей электронный почтовый ящик anna@lovkina.ru с электронного почтового ящика otello@info.2gis.ru не давала.

Между тем, ООО «ДубльГИС» подтвердило скриншотами выгрузки из системы факт регистрации <...> 27.08.2021 личного аккаунта в сервисе 2ГИС через Сбер ID с привязкой электронной почты anna@lovkina.ru, при которой пользователем была пройдена идентификация, заключено Лицензионное соглашение и приняты условия Соглашения об использовании сервисов 2ГИС, п.7.2 которого предусмотрено, что в соответствии с ч.1 ст.18 Закона о рекламе Пользователь предоставляет свое согласие на получение уведомлений рекламного характера.



Войти с помощью:

-  ВКонтакте
-  Google
-  Сбер ID
-  Facebook
-  Apple ID
-  Одноклассники
-  E-mail

Нажимая на любую иконку, вы принимаете условия Лицензионного соглашения и даёте ООО «ДубльГИС» согласие на обработку персональных данных на условиях и в целях, определенных Политикой конфиденциальности.

<...>

На странице регистрации (авторизации) был размещен текст о том, что, нажимая на любую иконку, Пользователь принимает условия Лицензионного соглашения и дает согласие ООО «ДубльГИС» на обработку персональных данных на условиях и в целях, определенных Политикой конфиденциальности. При этом словосочетания «Лицензионное соглашение» и «Политика конфиденциальности» представляли собой активные ссылки, при клике на которые открывались тексты Лицензионного соглашения и Политики конфиденциальности, размещенные по адресам: <https://law.2gis.ru/licensing-agreement/> и <https://law.2gis.ru/privacy/> соответственно. Без нажатия на иконку и выбора способа авторизации нельзя было зарегистрировать аккаунт.

Следовательно, заявитель<...>, которую можно однозначно идентифицировать ввиду указания определенных персональных данных при создании личного аккаунта 27.08.2021 в Сервисе 2ГИС, заключила вышеуказанное соглашение с ООО «ДубльГИС» и предоставила последнему согласие на получение информации рекламного характера, при этом, она имела реальную возможность ознакомиться с текстом соглашения, а также отозвать согласие.

Между тем, доказательства отзыва согласия в материалах дела отсутствуют.

На основании вышеизложенного, Комиссия приходит к выводу о том, что реклама сервиса бронирования отелей «Отелло» была распространена 07.09.2023 в 10:04 на электронный почтовый ящик anna@lovkina.ru с электронного почтового ящика otello@info.2gis.ru при наличии согласия адресата на ее распространение, то есть с соблюдением требований ч.1 ст.18 Закона о рекламе.

Согласно пп.а п.40 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановление Правительства РФ от 24.11.2020 №1922 (далее - Правила №1922) рассмотрение дела подлежит прекращению антимонопольным органом в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь ст.ст.33 - 36 Закона о рекламе, в соответствии с п.40 Правил №1922, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Рассмотрение дела №066/05/18-3364/2023 прекратить.

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>