



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

РЕШЕНИЕ  
по делу №066/05/18-64/2023

13.04.2023

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

<...> – заместитель руководителя Управления, председатель Комиссии,  
<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти, член Комиссии,  
<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,  
при участии в качестве:

- **заявителя** – <...> (извещена, участие не обеспечено);

- лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

1) **ООО «реСтор»** (ИНН 7709678550, ОГРН 1067746613065, юр. адрес: 123290, г. Москва, Причальный пр-д, д. 2, помещ. XIX, этаж 4, ком. 16) – извещено, участие не обеспечено,

2) **ООО «Премиальные сети»** (ИНН 9701179225, ОГРН 1217700276089, юр. адрес: 123290, г. Москва, Причальный пр-д, д. 2, помещ. XIX, этаж 4, ком. 16) – извещено, участие не обеспечено,

рассмотрев в рамках Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, далее – Правила №1922), дело №066/05/18-64/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения 28.12.2022, 01.01.2023, 03.01.2023, 12.01.2023 на электронный почтовый ящик <...> с электронного почтового ящика [bonus@mi-retail.ru](mailto:bonus@mi-retail.ru) рекламы сети фирменных магазинов Xiaomi без согласия адресата на распространение рекламы с признаками нарушения ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

**УСТАНОВИЛА:**

Дело возбуждено определением от 06.02.2023 на основании сведений, содержащихся в заявлениях <...> (вх.№440-ЭП/23 от 12.01.2023, №15867-ЭП/22 от 29.12.2022). Рассмотрение дела определением от 06.02.2023 назначено на 21.02.2023. Рассмотрение дела отложено Определением от 21.02.2023 на 16.03.2023, Определением от 16.03.2023 на 13.04.2023 в 15-00 путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо было перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/3983994551>.

<...> указала в заявлениях (вх.№440-ЭП/23 от 12.01.2023, №15867-ЭП/22 от 29.12.2022) о распространении 28.12.2022, 01.01.2023, 03.01.2023, 12.01.2023 на ее электронный почтовый ящик <...> с электронного почтового ящика [bonus@mi-retail.ru](mailto:bonus@mi-retail.ru) рекламы сети фирменных магазинов Xiaomi без ее согласия на распространение рекламы.

**АО «РСИЦ»** за вх. № 1106-ЭП/22 от 23.01.2023 сообщило, что администратором домена второго уровня MI-RETAIL.RU с 25.03.2020 и по настоящее время является ООО «реСтор» (ИНН 7709678550, юр. адрес: 105066, г. Москва, ул. Спартаковская, 23, телефон: +7(495)651-62-88, адрес электронной почты: [tech@re-store.ru](mailto:tech@re-store.ru)).

Заявитель указал, что указанные выше сообщения поступили ему от ООО «Премиальные сети» (ОГРН 1217700276089).

ООО «реСтор» в письменных пояснениях (вх. № 5407-ЭП/23 от 03.03.2023) сообщило, что не осуществляло рассылку с домена MI-RETAIL.RU, не использовало указанный домен и не является администратором данного домена, о чем свидетельствует справка о принадлежности домена mi-retail.ru от 02.03.2023, выданная АО «Региональный Сетевой Информационный Центр». В связи с изложенным, ООО «реСтор» не было допущено нарушений законодательства РФ.

ООО «Премиальные сети» в письменных пояснениях (вх. № 2834-ЭП/23 от 13.02.2023, № 3706/23 от 21.02.2023, вх. № 7709-ЭП/23 от 10.04.2023), сообщило следующее.

Общество является *фактическим* администратором домена mi-retail.ru и направляет с указанного домена почтовые сообщения. *Несмотря на то, что домен mi-retail.ru зарегистрирован на ООО «реСтор»*, ООО «реСтор» не участвует в какой-либо деятельности с использованием данного домена.

ООО «Премиальные сети» управляет сетью розничных магазинов «Mi Store», в которых в основном продается продукция компании «Xiaomi».

28.12.2022 в розничном магазине «Mi Store», которым управляет Общество, расположенном по адресу: г. Москва. Павелецкая площадь, д. 3, ТЦ «Павелецкая Плаза», потребитель совершил покупку. На предложение работников магазина получить бонусную карту, этот потребитель ответил согласием. Потребителем была заполнена анкета участника бонусной программы, в которую были внесены имя потребителя «<...>», адрес электронной почты: <...>. Также в анкете было указано согласие потребителя на получение новостей и информации об акциях на сообщенный им адрес электронной почты: <...> о чем свидетельствует собственноручно проставленная отметка потребителя в анкете.

Потребитель, представившийся как «<...>», поставил свою собственноручную подпись в анкете, что свидетельствует о его согласии на получение рассылки на вышеуказанный адрес электронной почты. Также **на указанный потребителем номер телефона** пришло короткое текстовое **сообщение с секретным кодом**. Потребитель также верно назвала его работникам магазина. После подписания анкеты участника бонусной программы и сообщения поступившего по телефону кода потребитель «<...>» получила бонусную карту № 2221101676866 и стала участником бонусной программы Общества.

Таким образом, покупатель, представившийся как <...>, однозначно выразил свое согласие на получение на адрес электронной почты: <...> **рассылки от Общества**.

С 28.12.2022 по 12.01.2023 указанному адресу электронной почты было направлено 4 письма:

- 28.12.2022: Информация о регистрации анкеты в бонусной программе;
- 01.01.2023: Информация о начислении бонусов;
- 03.01.2023: Предложение присоединиться к группам в социальных сетях;
- 12.01.2023: Информация о начислении бонусов за совершенную покупку.

12.01.2023 администратор электронной почты самостоятельно отписался от рассылки на его почтовый ящик, после чего **Общество прекратило рассылку** на адрес электронной почты: <...>.

Покупатель, представившийся как <...> дал свое согласие на получение рассылки 28.12.2022, о чем свидетельствует ее собственноручная подпись в анкете участника бонусной программы. **Общество** было не вправе проверять документы, удостоверяющие личность потребителя, равно как и **не могло проверить факт принадлежности адреса электронной почты:** <...> <...>.

В настоящее время отсутствуют доказательства наличия у Общества возможности при осуществлении рассылки проверить факт принадлежности указанного в анкете адреса электронной почты <...>, при том, спорный адрес электронной почты был указан собственноручно клиентом в анкете с согласием на получение рекламной информации от Общества, вследствие чего у Общества отсутствовали объективные основания для проверки фактической принадлежности адреса электронной почты <...>.

Доказательств того, что владелец спорного адреса электронной почты доводил до сведения Общества информацию о том, что он не давал согласия на получение рекламной информации по указанному адресу, не представлено, в связи с чем оснований полагать, что рассылка писем на адрес

электронной почты: <...>, осуществлялась в отсутствие согласия его владельца, у Общества не имелось.

Таким образом, нарушения законодательства о рекламе в действиях Общества отсутствуют.

Аналогичная позиция изложена, в Постановлении Арбитражного суда Московского округа от 05.05.2021 по делу № А41-51750/2020.

Общее количество всех направленных писем аналогичного содержания указано в таблице ниже:

Дата	Общее количество аналогичных писем всем клиентам (шт.)	Наименование рассылки
28.12.2022	430	Регистрация анкеты покупателя
01.01.2023	32 737	Поздравление с Новым годом, информирование об изменении баланса (2023 бонуса со сроком действия до 31.01.23)
03.01.2023	224	Предложение присоединиться к группам в соцсетях
12.01.2023	342	Начисление бонусов за совершенную покупку

Домен «mi-retail.ru» в период 28.12.2022 - 12.01.2023 и по настоящее время использует ООО «Премиальные сети». ООО «реСтор» в период 28.12.2022 - 12.01.2023 и по настоящее время не использует домен «mi-retail.ru».

ООО «Премиальные сети» (LLC «Premium Networks») является администратором доменного имени «mi-retail.ru» по состоянию на 02.03.2023 и в настоящее время, о чем свидетельствует ранее направленная справка о принадлежности домена «mi-retail.ru» от 02.03.2023.

Документы, подтверждающие право использования ООО «Премиальные сети» домена «mi-retail.ru» по состоянию на 28.12.2022, 01.01.2023, 03.01.2023, 12.01.2023 у ООО «Премиальные сети» отсутствуют.

Скриншоты направленных сообщений по адресу электронной почты <...> 01.01.2023 и 03.01.2023 представлены в материалы дела.

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

Материалами дела установлено, что 28.12.2022, 01.01.2023, 03.01.2023, 12.01.2023 на электронный почтовый ящик <...> с электронного почтового ящика [bonus@mi-retail.ru](mailto:bonus@mi-retail.ru) поступила информация следующего содержания:

**1) от 28.12.2022:** «*Сеть фирменных магазинов Xiaomi*

*Ближайший магазин*

*Фирменные магазины*

*ru-mi.com*

*Теперь вы будете знать всё о новинках, подарках и специальных предложениях. А ещё получать бонусы и использовать их как скидку до 20% на будущие покупки.*

*Но сначала ознакомьтесь с правилами программы привилегий Mi Club, они простые как 1, 2, 3.*

*У нас простая система начисления бонусов:*

*1 бонус = 1 рубль*

*До 5% от каждой покупки возвращаются на карту привилегий*

*До 20% от покупки можно оплачивать накопленными бонусами*

*Подпись: Подробнее о программе Подробнее о программе*

*Адреса магазинов*

*Подарочные карты*

*Для умного дома*

*Бесплатная доставка*

*Следите за новостями и конкурсами в наших социальных сетях*

*Цены в рассылке актуальны на момент отправки письма.*

*Вы получили это письмо, потому что являетесь участником программы привилегий Mi Club.*

*Если вы больше не хотите получать рассылки, нажмите Отписаться.*

© 2022 ООО «Премиальные сети», ОГРН 1217700276089, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Хорошёво-Мнёвники, проезд Причальный, д. 2, 4 этаж, пом. XIX, ком. 16, тел.: 8-495-651-62-88, [www.inventive.ru](http://www.inventive.ru).

*Названия компаний и продуктов, упомянутые в данном документе, могут являться товарными знаками соответствующих компаний».*

#### Добро пожаловать в Mi Club!

Хиаоми фирменные магазины | [ru-mi.com](http://ru-mi.com) <[bonus@mi-retail.ru](mailto:bonus@mi-retail.ru)>

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

Отправлено: Ср 28.12.2022 21:47

Кому: [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru)

Теперь вы будете знать всё о новинках, подарках и специальных предложениях. А ещё получать бонусы и использовать их как скидку до 20% на будущие покупки.

Но сначала ознакомьтесь с правилами программы привилегий Mi Club, они простые как 1, 2, 3.

1

У нас простая система начисления бонусов:  
1 бонус = 1 рубль

2

До 5% от каждой покупки возвращаются на карту привилегий

3

До 20% от покупки можно оплачивать накопленными бонусами

[Подробнее о](#)



Адреса магазинов



Бесплатная доставка



Подарочные карты



Для умного дома

Дополнительные сведения: [Хиаоми фирменные магазины | ru-mi.com](http://Хиаоми фирменные магазины | ru-mi.com).

#### **2) от 12.01.2023:**

*«Спасибо за участие в программе привилегий Mi Club*

*Сеть фирменных магазинов Хиаоми*

*Ближайший магазин*

*Фирменные магазины*

*[ru-mi.com](http://ru-mi.com)*

*Благодарим за покупку! Мы начислили вам 108 бонусов.*

*Их уже можно использовать для оплаты до 20% от суммы будущих покупок. На что потратить бонусы?*

*Адреса магазинов*

*Подарочные карты*

*Для умного дома*

*Бесплатная доставка*

*Следите за новостями и конкурсами в наших социальных сетях*

*Цены в рассылке актуальны на момент отправки письма.*

*Вы получили это письмо, потому что являетесь участником программы привилегий Mi Club.*

*Если вы больше не хотите получать рассылки, нажмите Отписаться.*

© 2022 ООО «Премимальные сети», ОГРН 1217700276089, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Хорошёво-Мнёвники, проезд Причальный, д. 2, 4 этаж, пом. XIX, ком. 16, тел.: 8-495-651-62-88, [www.inventive.ru](http://www.inventive.ru).

Названия компаний и продуктов, упомянутые в данном документе, могут являться товарными знаками соответствующих компаний».

#### Начисление бонусов за совершенную покупку

Xiaomi фирменные магазины | [ru-mi.com](http://ru-mi.com) <[bonus@mi-retail.ru](mailto:bonus@mi-retail.ru)>


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

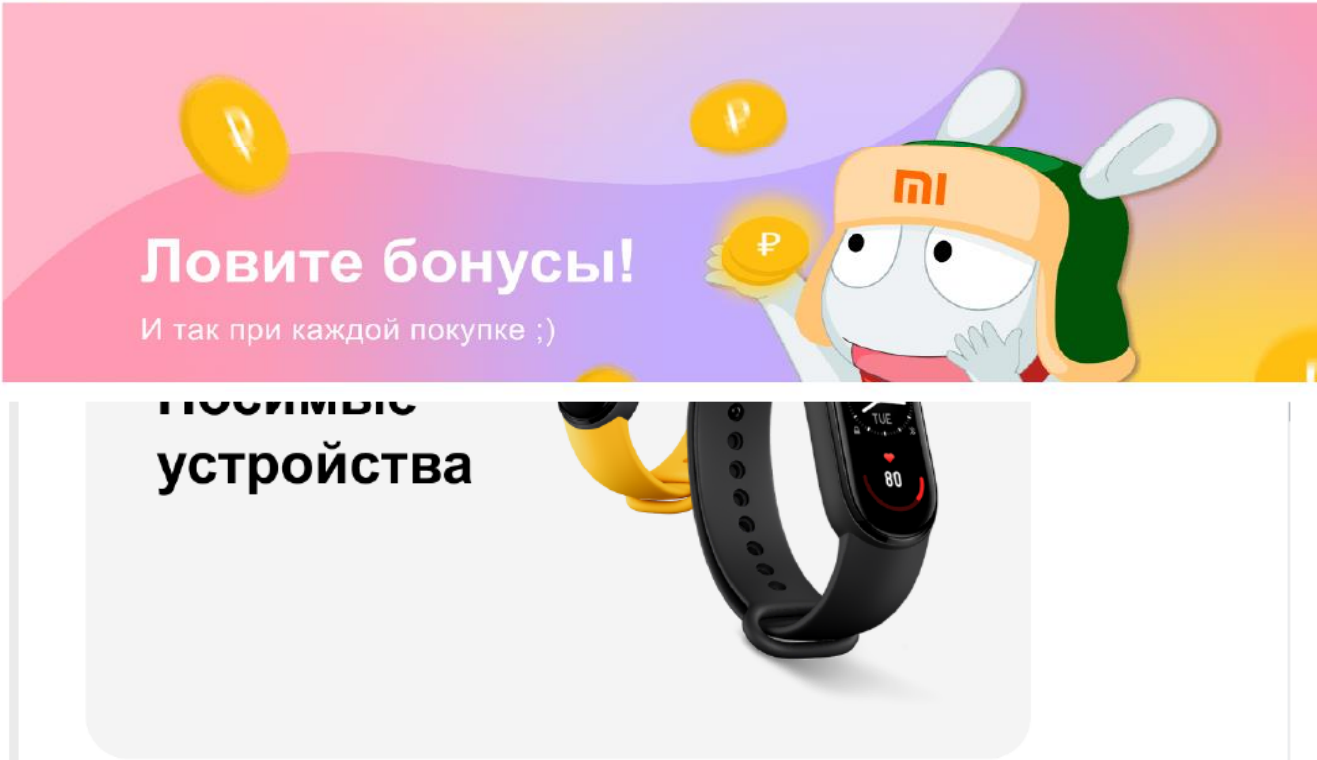
Отправлено: Чт 12.01.2023 2:26

Кому: [lovkina@mail.ru](mailto:lovkina@mail.ru)

Сеть фирменных магазинов Xiaomi


Ближайший магазин >


 ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ ru-mi.com





**Ловите бонусы!**  
И так при каждой покупке ;)

**Последние устройства**





 Адреса магазинов

 Подарочные карты

 Для умного дома

 Бесплатная доставка

Следите за новостями и конкурсами в наших социальных сетях

Цены в рассылке актуальны на момент отправки письма.  
Вы получили это письмо, потому что являетесь участником программы привилегий MI Club.  
Если вы больше не хотите получать рассылки, нажмите Отписаться.

© 2022 ООО «Премимальные сети», ОГРН 1217700276089, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Хорошёво-Мнёвники, проезд Причальный, д. 2, 4 этаж, пом. XIX, ком. 16, тел.: 8-495-651-62-88, [www.inventive.ru](http://www.inventive.ru).  
Названия компаний и продуктов, упомянутые в данном документе, могут являться товарными знаками соответствующих компаний.

3) 01.01.2023:



Поздравляем вас с Новым 2023 годом!

2023



Дорогие друзья! Желаем вам оставаться такими же прогрессивными, открытыми и творческими. А мы по-прежнему будем стремиться делать вашу жизнь лучше и знакомить вас с техникой Xiaomi, обеспечивая качественный сервис и безопасные условия покупки.

**Дарим вам 2023 бонусных балла  
на покупки в наших магазинах.**

Вы можете потратить их на дополнительную скидку  
в период с 1 по 31 января 2023 года\*.

Впечатления в подарок

Оформите подарочную карту  
в наших магазинах Xiaomi



### Обогреватель Viomi Smart Heater Pro 2

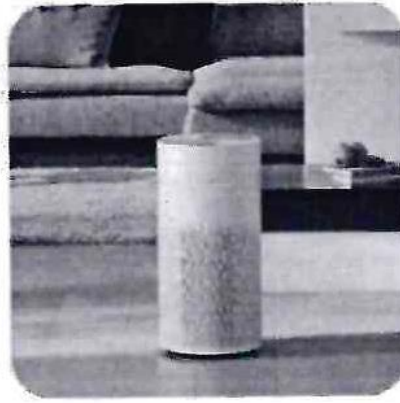
Для нагрева в Viomi Smart Heater Pro 2 используются два режима — тепловое излучение и естественная конвекция. С помощью приложения MI Home можно настроить таймер, включение/выключение, температуру, время и блокировку от детей, а также спящий режим.

12 990 р. [Купить >](#)

## Очиститель воздуха Smartmi Air Purifier

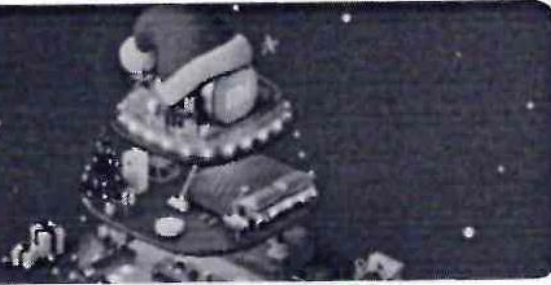
Smartmi Air Purifier распознает жесты. Кроме того, Smartmi Air Purifier можно управлять касанием при помощи сенсорного дисплея, удаленно через приложение Mi-Home. В приложении Mi-Home можно составить расписание очистки, отслеживать и контролировать качество воздуха в режиме реального времени.

14 990 р. [Купить >](#)



Желания  
превращаются  
в подарки!

Новый год с Xiaomi.



Ваш ru-mi.com.

4) 03.01.2023:



ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ

ru-mi.com

Актуальные новости  
и конкурсы

В наших социальных сетях



Присоединяйтесь к нашим группам в социальных сетях, чтобы не пропускать актуальные новости и события!



Rumicom

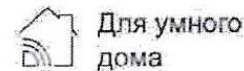
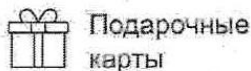
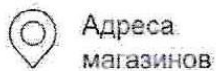


Xiaomi Stores



Rumicom

Следите за новостями и конкурсами  
в наших социальных сетях



Цены в рассылке актуальны на момент отправки письма.  
Вы получили это письмо, потому что являетесь участником программы привилегий Mi Club.  
Если вы больше не хотите получать рассылки, нажмите [Отписаться](#).

В Федеральном законе от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» под информацией понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п. 1 ст. 2), а под распространением информации – действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9 ст. 2). Информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений (ч. 1 ст. 5). Законодательством РФ могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя (ч. 4 ст. 5).

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 Закона о рекламе).

Реклама – 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 ст. 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 (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

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

Потребители рекламы – лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (п. 8 ст. 3 Закона о рекламе).

Согласно ч. 1 ст. 50 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) основной целью деятельности коммерческой организации является извлечение прибыли.

По мнению специалистов ФАС России, к информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке, по мнению ФАС России, 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.

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.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией **ч. 1 ст. 18** Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка (Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 11.05.2021 №09АП-8170/2021 по делу №А40-187154/2020).

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.

По мнению ФАС России **обобщенная информация не носит персонализированного характера, даже в случае упоминания имени и отчества абонента, представляет интерес для неопределенного круга лиц и является рекламой.**

Спорные сведения **носят обобщенный характер**, направленные сообщения не содержат 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 - **сети фирменных магазинов Xiaomi, их акциям и реализуемой ими продукции** («цены в рассылке актуальны на момент отправки письма»), **представляют интерес для неопределенного круга лиц**, направлены на формирование, поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке, в связи с чем являются рекламой, что ООО «Рестор», ООО «Премиальные сети» не оспаривается.

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.

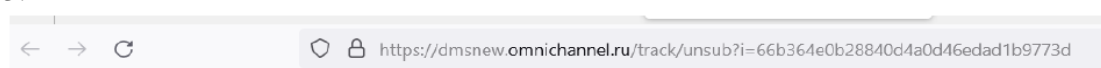
Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является **индивидуализированной по способу распространения**, так как направляется определенным абонентам и адресатам. В силу специфики способа распространения – по сетям электросвязи, такая индивидуализация – направление рекламы на конкретный номер/ адрес лица, предполагается частью 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер сообщений.

**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.

**Заявитель указала, что** не является участником программы привилегий Mi Club, товары Xiaomi никогда не приобретала, **согласие на распространение рекламы на ее электронный ящик не предоставляла**, при поступлении писем с адреса [bonus@mi-retail.ru](mailto:bonus@mi-retail.ru) она нажимала кнопки «отписаться» (скриншот ниже), но письма все равно продолжали приходить и после 28.12.2022 и после 03.01.2023.



## Отписка от рассылки

Вы отписались от рассылки. Спасибо за обращение.

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

Персональные данные - это любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных) (**п. 1 ст. 3** Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных» (далее - Закон №152-ФЗ)).

Как следует из положений **ст. 8** Закона №152-ФЗ, к персональным данным можно отнести фамилию, имя, отчество, год и место рождения, адрес, абонентский номер, сведения о профессии и иные персональные данные, то есть ту информацию, которая позволяет идентифицировать конкретного человека. При этом приведенный перечень является открытым.

Принцип идентификации физического лица по фамилии, имени, отчеству из всего массива информации не является единственно возможным критерием отнесения обработанных сведений к персональным данным (**Письмо** Роскомнадзора от 20.01.2017 №08АП-6054).

Абонентский номер и адрес электронной почты могут быть признаны персональными данными в том случае, когда такая информация относится к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу. Например, абонентский номер, принадлежащий

юридическому лицу, не может рассматриваться в качестве персональных данных (Письмо Минкомсвязи России от 07.07.2017 №П11-15054-ОГ).

Таким образом, номер телефона и адрес электронной почты будут являться персональными данными, если они зарегистрированы на определенное физическое лицо, что позволит идентифицировать конкретного человека.

Для признания надлежащим факта получения рекламодателем 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.


ООО «Рестор», ООО «Премиальные сети» в материалы в качестве доказательства наличия согласия на распространение рекламы на электронный адрес <...> представлена Анкета участника программы привилегий.

Анкета участника программы привилегий  
Подпишитесь на e-mail и/или эту рассылку и участвуйте в закрытых распродажах.  
Получайте дополнительную выгоду от покупок!

Номер карты.\*

2	2	2	1	1	0	1	6	7	6	8	6	6
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Место для стикера



Комиссия отклоняет довод ООО «Рестор», ООО «Премиальные сети» о том, что предварительное согласие абонента было получено, исходя из следующего.

Представленная анкета заполнена другим физическим лицом: <...>, при этом, заявитель по данному делу, являющийся владельцем электронного ящика <...> - <...>, которая не заполняла указанную анкету, сообщенный в анкете абонентский номер принадлежит другому физическому лицу - <...> (ответ ПАО «Мегафон» (вх.№7801-ЭП/23 от 10.04.2023)). При этом, **идентификация лица, заполнившего анкету**, осуществлялась только по абонентскому номеру - секретный код был отправлен на абонентский номер, указанный в анкете, и **не осуществлялась по адресу электронной почты - секретный код на указанную электронную почту не направлялся**.

Кроме того, лицо, заполнившее анкету, **выразило согласие на использование персональных данных конкретному лицу - ООО «Икстрим» и в конкретных целях - реализации бонусной программы сети фирменных магазинов Huawei Experiens Store (ООО «Икстрим»)**, при этом, согласие на обработку персональных данных в целях рекламной рассылки не выражено.

Доброслободская, д. 5, стр. 1 получать, собирать, хранить и использовать мои персональные данные в целях реализации бонусной программы сети фирменных магазинов Nike и Extenze Store (ООО «Икстрим»). Согласие может быть отозвано мной путем писемной

Фраза под заголовком анкеты «Подпишитесь на e-mail и/или sms рассылку и участвуйте в закрытых распродажах! Получайте дополнительную выгоду от покупок!» - всего лишь приглашение к оформлению такой подписки, в действительности подписью участник подтверждает согласие использовать персональные данные «в целях реализации бонусной программы», объем реализации которой в анкете не раскрыт, при этом начисление бонусов не может быть связано либо зависеть от направления рекламы.

Согласно ч.1 ст.15 Закона о персональных данных обработка персональных данных **в целях продвижения товаров, работ, услуг на рынке** путем осуществления прямых контактов с потенциальным потребителем с помощью средств связи, а также в целях политической агитации допускается только при условии **предварительного согласия субъекта** персональных данных. Указанная обработка персональных данных признается осуществляемой без предварительного согласия субъекта персональных данных, если оператор не докажет, что такое согласие было получено.

Следовательно, согласие субъекта персональных данных на обработку его персональных данных в целях реализации бонусной программы не может быть автоматически распространено на иную цель - продвижения товаров, работ, услуг на рынке, для данной цели необходимо получение отдельного согласия субъекта персональных данных, которое в данном случае отсутствует.

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.**

Между тем, в анализируемой анкете согласие на распространение именно рекламы не выражено, согласие на использование персональных данных в целях реализации бонусной программы выражено иному лицу - не ООО «Рестор», ООО «Премиальные сети», а ООО «Икстрим», и даже это согласие выражено другим физическим лицом - не владельцем электронного ящика <...> (заявителем по данному делу).

Идентификация лица и принадлежащей ему электронной почты возможна путем направления на адрес электронной почты секретного кода, который лицу необходимо озвучить сотруднику (либо иным способом).

Комиссия также отклоняет как необоснованный довод ООО «Премиальные сети» об отсутствии у Общества возможности при осуществлении рассылки проверить факт принадлежности указанного в анкете адреса электронной почты, поскольку обязанность по отбору согласия на распространение рекламы в силу ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе лежит на рекламодателе и не может подменяться обязанностью адресата довести до сведения рекламодателя информацию о том, что он не давал согласия на распространение рекламы. Указанная обязанность не может быть вменена адресату как потребителю рекламы, который изначально согласия на распространение рекламы не давал. В отсутствие у Общества возможности проверки принадлежности адреса электронной почты клиенту представляется невозможным сам факт направления рекламы на такой адрес.

На основании вышеизложенного, ООО «Рестор», ООО «Премиальные сети» не представлено какое-либо предварительное согласие <...> - владельца электронного почтового ящика <...>, выраженное в любой форме, достаточной для её идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы. Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламодатель не имел предварительного согласия адресата на распространение рекламы по сетям электросвязи.

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.

Положения ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают, что сайтом в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет». Владелец сайта в сети «Интернет» - лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте.

Таким образом, лицом, отправляющим электронное письмо с применением сайта в сети «Интернет», является владелец сайта в сети «Интернет» (администратор домена). Данное лицо в полном объеме распоряжается и управляет доменом, отвечает за любые действия, совершенные с использованием такого домена, в том числе за направлением электронных сообщений с применением домена.

Следовательно, владелец (администратор) домена самостоятельно обеспечивает конфиденциальность своей авторизационной информации и несет ответственность за все действия, совершенные с использованием своего логина и пароля, несет риск неблагоприятных последствий, связанных с их утратой.

**Владелец (администратор) домена с соответствующим именем отвечает за любые действия, совершенные с использованием такого домена**, в том числе за направление с его использованием электронных сообщений (Постановление Верховного Суда Российской Федерации от 24.04.2015 № 305-АД15-2693).

Согласно данным сервиса WHOIS, размещенного на сайте <https://www.nic.ru/>, регистратором домена MI-RETAIL.RU является Акционерное Общество «Региональный Сетевой Информационный Центр» (RU-CENTER, <http://www.nic.ru>).

**АО «РСИЦ»** за вх. № 1106-ЭП/22 от 23.01.2023 сообщило, что **администратором домена второго уровня MI-RETAIL.RU** с 25.03.2020 и по настоящее время является **ООО «реСтор»** (ИНН 7709678550, юр. адрес: 105066, г. Москва, ул. Спартаковская, 23, телефон: +7(495)651-62-88, адрес электронной почты: [tech@re-store.ru](mailto:tech@re-store.ru)).

**ООО «реСтор»** в письменных пояснениях (вх. № 5407-ЭП/23 от 03.03.2023), сообщило, что не осуществляло рассылку с домена MI-RETAIL.RU, не использовало указанный домен и не

является администратором данного домена, о чем свидетельствует справка о принадлежности домена mi-retail.ru от 02.03.2023, выданная АО «Региональный Сетевой Информационный Центр». В связи с изложенным, ООО «реСтор» не было допущено нарушений законодательства РФ.

**ООО «Премиальные сети»** в письменных пояснениях (вх. № 5407-ЭП/23 от 03.03.2023), сообщило, что документом, подтверждающим право использования Обществом домена mi-retail.ru, является справка о принадлежности домена mi-retail.ru от 02.03.2023, выданная АО «Региональный Сетевой Информационный Центр»:

Вместе с тем, в Свердловском УФАС России имеются ответы АО «РСИЦ», поступившие за вх.№1106-ЭП/22 от 23.01.2023 и вх.№6881-ЭП/23 от 30.03.2023, о том, что администратором домена второго уровня MI-RETAIL.RU с 25.03.2020 и по настоящее время (на дату ответов, т. е. 23.01.2023, 28.03.2023) является ООО «реСтор» (ИНН 7709678550, юр. адрес: 105066, г. Москва, ул. Спартаковская, 23), в данный промежуток времени администратор домена не менялся. Кроме того, АО «РСИЦ» сообщило о наличии платежей за домен по договору с ООО «РеСтор».

**СПРАВКА О  
ПРИНАДЛЕЖНОСТИ  
ДОМЕНА**

Акционерное общество  
«Региональный Сетевой  
Информационный Центр» (АО  
«РСИЦ»), аккредитованный  
регистратор доменных имен,  
подтверждает, что Общество с  
ограниченной ответственностью  
«Премиальные сети» (LLC  
«Premium Networks»), ИНН:  
9701179225, является  
администратором доменного  
имени MI-RETAIL.RU по  
состоянию на 02.03.2023 13:21  
(MSK).

Дата окончания срока  
регистрации MI-RETAIL.RU:  
25.03.2023.

В ответ на Ваш запрос за исх. № ДШ/5782/23 от 28.03.2023г., сообщаем следующее:

АО «РСИЦ» является регистратором для домена второго уровня MI-RETAIL.RU.

Администратором домена второго уровня MI-RETAIL.RU с 25-MAR-2020г. и по настоящее время 28.03.2023 г., является Общество с ограниченной ответственностью "реСтор", в данный промежуток времени, администратор домена MI-RETAIL.RU не менялся.

Сведения об Администраторе домена:

ИНН: 7709678550

Юридический адрес: 105066, г. Москва, ул. Спартаковская, д. 23

Почтовый адрес: 105066 г. Москва, ул. Спартаковская д. 23

Телефон: +7 495 6516288

Адрес электронной почты: tech@re-store.ru

Договор между АО «РСИЦ» и Общество с ограниченной ответственностью "реСтор", был заключен в форме оферты, после заполнения анкеты на сайте <http://www.nic.ru>. Таким образом, предоставить копию договора не представляется возможным, так как бумажная версия договора отсутствует

Сведения представлены из Базы данных доменных имен АО «РСИЦ» и верны по состоянию на 16:22 по московскому времени 28.03.2023 г.



Основной целью деятельности коммерческой организации согласно ч. 1 ст. 50 ГК РФ является извлечение прибыли.

Обычаем признается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской или иной деятельности, не предусмотренное законодательством правило поведения, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе (п. 1 ст. 5 ГК РФ).

ООО «Премиальные сети» указало на отсутствие документов, подтверждающих право использования домена, принадлежащего ООО «РеСтор».

Отсутствие между ООО «РеСтор» и ООО «Премиальные сети» договорных отношений на право последнего использовать домен MI-RETAIL.RU в своей деятельности (например, договора аренды) не отвечает обычаем делового оборота, так как целью коммерческой организации является извлечение прибыли, свидетельствует о том, что лицом, ответственным за использование домена является его владелец ООО «РеСтор».

Комиссия отмечает, что ООО «РеСтор» оплачивало домен, каких-либо мер необходимых и достаточных для предотвращения использования иными лицами принадлежащего ему домена не предпринимало, то есть, бездействовало и одобряло действия ООО «Премиальные сети» по использованию домена без договорных отношений. ООО «РеСтор» вправе предъявить регрессный иск к ООО «Премиальные сети» в связи с использованием принадлежащего обществу домена для распространения ненадлежащей рекламы.

На основании вышеизложенного, рекламодателем рекламы без предварительного согласия адресата на ее получение является ООО «РеСтор», которое несет ответственность за доступ к принадлежащему ему домену MI-RETAIL.RU и его использование в целях распространения рекламы.

Резолютивная часть решения по делу согласно пп. «г» п.47 Правил №1922 должна содержать сведения о выдаче предписания (предписаний) с указанием лица (лиц), которому оно выдается.

Согласно п. 49 Правил №1922 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.

Спорные письма поступили на электронный почтовый ящик <...> рекламы с электронного почтового ящика [bonus@mi-retail.ru](mailto:bonus@mi-retail.ru) 28.12.2022, 01.01.2023, 03.01.2023, 12.01.2023. ООО «Премиальные сети» сообщило, что 12.01.2023 владелец электронной почты <...> самостоятельно

отписался от рассылки на его почтовый ящик, после чего **Общество прекратило рассылку** на адрес электронной почты: <...>.

В материалах дела отсутствуют сведения о том, что реклама продолжает распространяться на электронный почтовый ящик <...>, доказательства обратного заявителем не представлены, в связи с чем, отсутствует необходимость в выдаче предписания.

В соответствии с п.7 ч.2 ст.33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ст.14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно п.48 Правил №1922 дата изготовления решения по делу в полном объеме считается датой принятия решения по делу.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст.14.3 КоАП РФ.

В соответствии с п.4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 1.1 и 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ, и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства.

Достаточность данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, была установлена антимонопольным органом по итогам рассмотрения дела, рассмотрение которого не относится к государственному контролю (надзору), порядок организации и осуществления которого не регулируется Федеральным законом от 31 июля 2020 года №248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации». Достаточность данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, была установлена антимонопольным органом по итогам рассмотрения дела, порядок возбуждения и рассмотрения которого регулируется Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922). В связи с чем в силу примечания к ст.28.1 КоАП РФ положения ч.3.1 ст.28.1 КоАП РФ не распространяются на данный случай возбуждения дела об административном правонарушении.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40 - 3.45 Административного регламента № 711/12, ч.1 ст.37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты



такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в соответствующем постановлении.

Согласно ч.1 ст.2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Согласно п.1 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Согласно ст.26.3 КоАП РФ объяснения лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, **показания потерпевшего** и свидетелей представляют собой сведения, имеющие отношение к делу и сообщенные указанными лицами в устной или письменной форме. Объяснения лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, показания потерпевшего и свидетелей отражаются в протоколе об административном правонарушении, протоколе о применении меры обеспечения производства по делу об административном правонарушении, протоколе рассмотрения дела об административном правонарушении, а в случае необходимости записываются и приобщаются к делу.

В соответствии со ст. 25.2 КоАП РФ Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области привлекает <...> к участию в составлении протокола об административном правонарушении в качестве потерпевшей.

Для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник, а для оказания юридической помощи потерпевшему - представитель. В качестве защитника или представителя к участию в производстве по делу об административном правонарушении допускается адвокат или иное лицо (ч.ч.1, 2 ст.25.5 КоАП РФ).

Согласно ч.1 ст.25.15 КоАП РФ лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1, ч. 4 ст. ст. 25.5 и п. 3 ч. 4 ст. 28.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника. Защитник допускается к участию в производстве по делу об административном правонарушении с момента возбуждения дела об административном правонарушении, которое считается возбужденным с момента составления протокола об административном правонарушении.

На основании изложенного, руководствуясь ст.ст.33 - 36 Закона о рекламе, в соответствии с п. 42 – 48 Правил №1922, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу сети фирменных магазинов Xiaomi, распространенную 28.12.2022, 01.01.2023, 03.01.2023, 12.01.2023 на электронный почтовый ящик <...> с электронного почтового ящика [bonus@mi-retail.ru](mailto:bonus@mi-retail.ru), ненадлежащей, нарушающей требования ч.1 ст.18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена без предварительного согласия адресата на получение рекламы.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Свердловского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

4. **Законному представителю ООО «реСтор»** (ИНН 7709678550, ОГРН 1067746613065, юр. адрес: 123290, г. Москва, Причальный пр-д, д. 2, помещ. XIX, этаж 4, ком. 16) (защитнику), а также потерпевшей <...> надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **23 мая 2023 г. в 10 час. 00 мин.** для составления в отношении юридического лица протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение.

ООО «реСтор» вправе представить письменные объяснения по факту правонарушения (ст. 26.3 КоАП РФ), в том числе, указать (при наличии) обстоятельства, смягчающие (ст.4.2 КоАП РФ) и отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную ответственность, исключаяющие производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ).

Для приобщения к протоколу письменных объяснений (ст. 26.3 КоАП РФ) их надлежит представить в письменной форме и раскрыть в них свою позицию относительно каждого из указанных в решении обстоятельств, подкрепив ее соответствующими доказательствами.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

*Решение антимонопольного органа может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения (ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе).*

*Для оперативности информацию следует предварительно направить по факсу либо на электронную почту Управления ([to66@fas.gov.ru](mailto:to66@fas.gov.ru)). В ответе необходимо ссылаться на исходящий номер документа Свердловского УФАС России.*

*Протокол об административном правонарушении подписывается должностным лицом, его составившим, физическим лицом или законным представителем юридического лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении (ч. 5 ст. 28.2 КоАП РФ).*

*Согласно ч. 1 ст. 51 Конституции Российской Федерации никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом.*

*В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.*

*В соответствии с ч. 5 ст. 25.5 КоАП РФ защитник, допущенный к участию в производстве по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, участвовать в рассмотрении дела, обжаловать применение мер обеспечения производства по делу, постановление по делу, пользоваться иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.*

*В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени юридического и должностного лица, в отношении которого составляется протокол).*

*Неявка лица до истечения указанного срока не препятствует дальнейшему движению дела об административном правонарушении, протокол об административном правонарушении может быть составлен в отсутствие указанного лица (ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ).*

**В случае невозможности личной явки лиц, участвующих в составлении протокола (в том числе, защитников), необходимо направить ходатайство ([to66@fas.gov.ru](mailto:to66@fas.gov.ru)) о составлении протокола в их отсутствие с учетом представленных письменных пояснений.**

**Независимо от формы участия в составлении протокола все письменные пояснения и документы будут всесторонне изучены и учтены при его составлении.**

*Кроме того, Управление информирует о возможности представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов (указать реквизиты сопроводительного письма к данному документу) 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 лицом, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).*

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>