



## УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу № 066/05/18-4362/2023

24 апреля 2024 г.

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 26.01.2024 № 19/24):

председатель Комиссии <...> – заместитель руководителя управления;  
члены Комиссии <...> – начальник отдела контроля органов власти;  
<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти;

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 по признакам нарушения ч.1 и ч.2 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

с участием в качестве:

заявителя – <...> (извещен, явка не обеспечена),

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Бронирование гостиниц»: <...> (по доверенности),

### УСТАНОВИЛА:

Дело по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 05.12.2023 в отношении ООО «Бронирование гостиниц» на основании сведений, содержащихся в обращении <...>.

Определением от 05.12.2023 рассмотрение дела назначено на 16.01.2024, с отложением на 12.02.2024 в связи с необходимостью получения дополнительных материалов.

16.01.2024 рассмотрение данного дела должно было осуществляться с использованием системы видеоконференцсвязи «TrueConf», однако не состоялось в связи с техническим сбоем в работе программного обеспечения.

Определением от 12.02.2024 рассмотрение дела отложено на 28.03.2024 в связи с необходимостью получения дополнительных сведений и материалов.

Определением от 28.03.2024 рассмотрение дела отложено на 24.04.2024 в связи с необходимостью получения дополнительных сведений и материалов.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступили **обращения** <...> как напрямую (вх. №№ 21828-ЭП/23 от 06.10.2023, 23801-ЭП/23 от 01.11.2023, 24159-ЭП/23 от 07.11.2023, 24160-ЭП/23 от 07.11.2023), так и перенаправленные из Управления Роскомнадзора по УрФО (вх. №№ 22345-ЭП/23 от 12.10.2023, 24005-ЭП/23 от 02.11.2023) с жалобой на поступление на электронную почту [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) сообщений рекламного характера с электронной почты [newsletter@news.ostrovok.ru](mailto:newsletter@news.ostrovok.ru), согласие на получение которых заявитель не давал, а именно:

1) 22.09.2023 в 11:25 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;

- 2) 22.09.2023 в 11:28 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 3) 22.09.2023 в 11:38 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 4) 22.09.2023 в 12:16 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 5) 22.09.2023 в 12:17 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 6) 22.09.2023 в 12:36 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 7) 22.09.2023 в 12:53 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 8) 22.09.2023 в 13:20 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 9) 22.09.2023 в 14:45 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 10) 22.09.2023 в 14:48 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 11) 27.09.2023 в 12:18 сообщение под заголовком «Мы здесь, чтобы сказать тебе три главных слова»;
- 12) 25.10.2023 в 20:01 сообщение под заголовком «Дарим отдых на новогодних!»;
- 13) 29.09.2023 в 11:10 сообщение под заголовком «Идем на рекорд»;
- 14) 05.10.2023 в 11:14 сообщение под заголовком «Дарим две ночи в отеле на праздники».

Кроме того, как указывает заявитель <...>, судя по характеру и периодичности рекламных писем, рассылка производилась автоматически.

Согласно информации, полученной Свердловским УФАС России от АО «РСИЦ», администратором доменного имени [ostrovok.ru](http://ostrovok.ru) является ООО «Бронирование гостиниц» (ИНН 7703389880).

**ООО «Бронирование гостиниц»** в письменных объяснениях (вх. № 571-ЭП/24 от 15.01.2024) сообщило следующее.

*1. Обоснование получения согласия пользователя, аутентификации и отсутствия рассылки на адрес [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru).*

При регистрации в Сервисе в окне регистрации пользователю предоставляется возможность поставить галочку в чек-боксе напротив фразы «Подписаться на рассылку».

20.09.2023 Заявитель с адресом электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) поставил указанную галочку, что подтверждается скриншотом из внутренней системы «ostrota» Оператора (прилагается).

Далее после согласия Сервис запросил подтверждение и отправил письмо на указанный адрес электронной почты. Это связано с тем, что в Сервисе предусмотрен алгоритм «double opt in», в рамках которого при регистрации в Сервисе последний запрашивает подтверждение адреса электронной почты.

По информации из внутренних систем ООО «Бронирование гостиниц» следует, что адрес электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) не был подтвержден.

Сервис настроен таким образом, что если первое письмо с запросом на подтверждение электронной почты проигнорировано, то в течение 1-2 недель система высылает запрос на подтверждение повторно.

Инструмент «double opt in» является обычаем делового оборота многих компаний, в том числе Общества, и направлен на реализацию добросовестного поведения Общества как лица, имеющего намерение впоследствии производить рассылки различных информационных материалов с использованием сетей электросвязи, то есть, использовать полученные контакты (в данном случае адрес электронной почты) для рассылок, путем своевременного и обязательного проведения процедуры аутентификации (установление принадлежности лицу указанных им контактов). Данные действия не влекут каких-либо значительных временных или финансовых затрат, при этом, обеспечивают защиту пользователей Сервиса от направления в их адрес нежелательных писем, связанной с ошибочными либо намеренными действиями третьих лиц по указанию не принадлежащих им контактов. В связи с чем БГ не производил рассылку на данный адрес электронной почты.

Поскольку Заявитель не подтвердил адрес электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru), то рассылка на указанный адрес не производилась. Скриншоты из внутренних систем в подтверждение прилагаем.

Дополнительно обращаем внимание, что на Сервисе также размещена Политика хранения и обработки персональных данных ООО «Бронирование гостиниц», согласно п. 3.4 указано, что Общество как оператор обрабатывает персональные данные субъектов (включая адрес электронной почты в том числе с целью участия в бонусных программах и программах лояльности Оператора, а также его партнеров; отправки сообщений (в том числе рекламных).

Вместе с тем Сервис настроен так, что без прохождения «double opt-in» рассылка не представляется возможной даже при наличии галочки в чек-боксе.

В случае успешного прохождения «double opt-in», то есть подтверждения аутентификации адреса электронной почты информация об этом появляется в системе «Ostrota», и в поле «Подписан на рассылку» появляется черная галочка в зеленом кругу.

Как следствие, Общество первоначально получило необходимое согласие, попыталось произвести однозначную аутентификацию, а далее не производило рассылку из-за отсутствия подтверждения адреса электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) еще до того, как получило от Заявителя 22.09.2023 отзыв согласия на обработку персональных данных и претензию с требованием выплатить ему компенсацию в размере 50 000 рублей.

## 2. Куда на самом деле направлялась рассылка.

Перечисленные в Определении письма Общество отправило на следующие адреса электронной почты:

№	Дата, время и название отправленного письма	Адрес электронной почты, на которую письмо было отправлено
1)	22.09.2023 в 11:25 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	<a href="mailto:389890+ohmeo@mail.ru">389890+ohmeo@mail.ru</a>
2)	22.09.2023 в 11:28 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	<a href="mailto:389890+jewwb@mail.ru">389890+jewwb@mail.ru</a>
3)	22.09.2023 в 11:38 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	<a href="mailto:389890+objrh@mail.ru">389890+objrh@mail.ru</a>
4)	22.09.2023 в 12:16 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	<a href="mailto:389890+wkcrf@mail.ru">389890+wkcrf@mail.ru</a>
5)	22.09.2023 в 12:17 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	<a href="mailto:389890+ygfjp@mail.ru">389890+ygfjp@mail.ru</a>
6)	22.09.2023 в 12:36 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	<a href="mailto:389890+xsgyq@mail.ru">389890+xsgyq@mail.ru</a>
7)	22.09.2023 в 12:53 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	<a href="mailto:389890+zyvhf@mail.ru">389890+zyvhf@mail.ru</a>
8)	22.09.2023 в 13:20 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	<a href="mailto:389890+ddyhl@mail.ru">389890+ddyhl@mail.ru</a>
9)	22.09.2023 в 14:45 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	<a href="mailto:389890+bktoo@mail.ru">389890+bktoo@mail.ru</a>
10)	22.09.2023 в 14:48 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	<a href="mailto:389890+lehbg@mail.ru">389890+lehbg@mail.ru</a>
11)	27.09.2023 в 12:18 сообщение под заголовком «Мы здесь, чтобы сказать тебе три главных слова»	<a href="mailto:389890+ohmeo@mail.ru">389890+ohmeo@mail.ru</a>
12)	29.09.2023 в 11:10 сообщение под заголовком «Идем на рекорд»	<a href="mailto:389890+ohmeo@mail.ru">389890+ohmeo@mail.ru</a>
13)	05.10.2023 в 11:14 сообщение под заголовком «Дарим две ночи в отеле на праздники»	<a href="mailto:389890+vuqlc@mail.ru">389890+vuqlc@mail.ru</a>
14)	25.10.2023 в 20:01 сообщение под заголовком «Дарим отдых на новогодних!»	<a href="mailto:389890+gkdah@mail.ru">389890+gkdah@mail.ru</a>

Из приведенной таблицы очевидно следует, что адреса отличаются от адреса электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru).

Как видно из таблицы и подтверждается приложенными выгрузками из системы, каждое письмо было отправлено на другие адреса электронной почты и по каждому такому адресу есть согласие на рассылку, а также с каждого адреса была пройдена аутентификация «double opt in», подтверждение чего есть также в системе Общества «Ostrota».

Вероятнее всего, <...> создал анонимные адреса электронной почты с помощью настройки «Анонимайзер» сервиса Mail.ru, и далее настроил переадресацию с вышеуказанных адресов электронной почты на адрес [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru), при этом при такой настройке и отправке писем лицо-отправитель рассылки объективно не может установить конечного получателя, так как отправителю не может быть известно, каким образом и на какой именно адрес электронной почты пользователь почтового сервиса произвел настройку переадресации.

Правила настройки «Анонимайзер» сервиса «Mail.ru» доступны по ссылке: <https://help.mail.ru/mail/settings/aliases>.

Владелец сервиса Mail.ru описывает функционал «Адреса с пометкой», где указывает следующее: «Письма от сайта придут в ящик, но в поле «Кому» будет указан адрес с пометкой вместо настоящего адреса».

Описание функциональности «Адреса с пометкой» сервиса Mail.ru доступно по ссылке: <https://help.mail.ru/mail/security/protection/plus>.

В свою очередь, каждый такой адрес с пометкой определяется как самостоятельный, поскольку отличается от любого другого адреса электронной почты из-за наличия других символов в основном домене адреса. Как следствие, ООО «Бронирование гостиниц» в силу объективных причин не могло установить конечного получателя таких писем при отправке на «адреса с пометкой», особенно если учесть, что каждый из таких адресов прошел аутентификацию с помощью инструмента «double opt in».

<...> достоверно известно про существование возможности создать адрес с пометкой, равно как и сервиса по анонимизации исходной электронной почты. Так, в одной из своих книг (<...> Как громить спамеров. Социальное инвестирование в судебные иски. Издательские решения) он предлагает читателям узнать данные потенциальной компании и высылать свои запросы «...с анонимной почты Мэйла, чтоб не светить свою настоящую цифровую с красивым номером».

Вследствие изложенного Оператор не может и не должен нести ответственность за недобросовестные действия третьих лиц, которые используют адреса с пометкой и анонимизируют конечного получателя электронных писем, особенно в ситуации, когда:

- 1) фактический владелец адреса с пометкой соглашается на получение рассылки;
- 2) фактический владелец адрес с пометкой проходит аутентификацию «double opt in».

Более того, <...> ни в одной из своих жалоб не заявляет о несогласии на получение рассылки по вышеуказанным адресам электронной почты, а, главное, не представляет объяснений, по каким причинам он произвел массовую регистрацию на Сервисе с разных адресов электронной почты и зачем настроил переадресацию на один единственный адрес электронной почты.

Как следствие, в данном случае усматривается злоупотребление правом со стороны Заявителя, в связи с чем Общество просит отказать в удовлетворении его требований на основании ст. 10 Гражданского кодекса РФ.

Также обращаем внимание, что Определением Управления Роскомнадзора по Уральскому федеральному округу от 22.12.2023 в возбуждении дела об административном правонарушении по ч. 1 ст. 13.11 Кодекса Российской Федерации об Административных правонарушениях в отношении ООО «Бронирование гостиниц» отказано в связи с отсутствием состава административного правонарушения. Общество выражает полное согласие с данным определением, поскольку в действиях Общества отсутствует состав административного правонарушения.

<...> в письменных пояснениях (вх. № 1343-ЭП/24 от 23.01.2024) сообщил следующее (далее - орфография и пунктуация сохранены).

<1. Я не создавал множество почтовых ящиков вида «389890+...@mail.ru», спамеры просто притягивают свои выдумки за уши, чтоб избежать ответственности. Зачем мне такие труды, когда

для вызова спама на себя, как это описывают они, мне достаточно было бы подписаться на их сайте один раз и получить 4-6 писем без подтверждения мной согласия? Зачем мне нужен флуд на свой eMail из тысяч их писем? Как они собираются доказывать свои утверждения? Это ведь клевета с их стороны.

2. Почта mail.ru даёт анонимный адрес совсем другого вида. Не 389890+..., а bfehy1msr82g@mail.ru (к примеру). Вот этот сервис: e.mail.ru/settings/aliases – проверьте, как он работает. Получается, что и здесь пытающиеся отмазаться спамеры вам пытаются глупо врать, хотя это легко проверить. На что они рассчитывали?

3. Проверку адреса электронной почты они включили позже. Сначала они высылали рекламу на любую почту, которую кто-либо вводил при регистрации. Не проверяя, хозяин ли почты ввёл свою почту или кто-то левый написал чужую. Они позволили делать сотни тысяч автоматических регистраций и до сих пор не отключили подлецам возможность флуда. Просто включили проверку и теперь флуд выглядит как много писем с подтверждением адреса. И в этих письмах тоже есть их реклама. От них до сих пор приходят письма вот такого формата (скриншот и примеры писем прилагаются к этому ответу).

Видите? Даже в подтверждении адреса они пихают рекламу. Всё равно это спам. Плюс к этому продолжается настоящий спам – они его так и не отключили. Письмо в примере – от 17 января 2023 года, 17:45 Екб. Хотя время можно не писать, ведь по скриншоту видно, что писем очень много. Ваш документ от 16 января. Штрафуйте их, а потом – после вашего штрафа – я напишу ещё одно обращение. И ещё одно через полгода. У меня слишком много доказательств их нарушений. А не останятся – обращения продолжатся и через год, и через полтора. Они заслужили. Это ведь законно? Считайте данное сообщение запросом информации о законности моих действий: имею ли я право писать следующие заявления на спам, который пришёл мне до вынесения решения вашей комиссией, но который не упоминался в предыдущих обращениях?

Раз они настроили так свою систему, что до сих пор позволяют подлецам использовать себя для гадостей и подлян другим людям – пусть платят многократно. Это хорошо государству. На основании продолжающегося спам-флуда (доказательства прикреплены к данному ответу) вы в праве выдать предписание – с ним можно выписывать штрафы побольше. За мной не заржавеет: буду писать следующие обращения после каждого вашего решения о признании рекламы ненадлежащей. Не компенсируют моральный вред мне – компенсируют России. А потом всё равно компенсируют мне по суду. Всем хорошо, кроме спамеров. Я верно полагаю?».

**ООО «Бронирование гостиниц»** в письменных объяснениях (вх. №№ 2597-ЭП/24 от 09.02.2024, 2683-ЭП/24 от 12.02.2024), а также на заседании комиссии сообщило следующее.

Общество представляет дополнительные материалы по делу, а также дает пояснения по отдельным вопросам, которые перечислены в Определении, а именно:

Запрашиваемые Управлением сведения	Пояснения Общества
Запрос сведений о том, осуществлял ли пользователь с адресом электронной почты <a href="mailto:389890@mail.ru">389890@mail.ru</a> вход в систему под своими учетными данными, а также какие-то действия после прохождения процедуры регистрации на сайте <a href="http://www.ostrovok.ru">www.ostrovok.ru</a> .	Пользователь ввел адрес электронной почты <a href="mailto:389890@mail.ru">389890@mail.ru</a> в форме регистрации на сайте <a href="http://www.ostrovok.ru">www.ostrovok.ru</a> (далее - Сервис) и нажал кнопку «Зарегистрироваться». В противном случае адрес электронной почты не смог бы появиться в Сервисе и базах Общества. У Общества отсутствует информация о совершении каких-либо действий в рамках Сервиса со стороны Заявителя после регистрации.
Запрос сведений о том, осуществляли ли пользователи с адресами электронных почт, указанными на стр. 2 объяснений от 11.01.2024, вход в систему под своими учетными данными, а также какие-то действия после прохождения процедуры регистрации на	Нет, не осуществлял. Вероятно, это связано с тем, что пользователь использовал функционал API (который позволяет по заранее определенному набору данных обмениваться данными с Сервисом через вызов URL и ввод данных), и

сайте <a href="http://www.ostrovok.ru">www.ostrovok.ru</a> .	передал данные множества адресов электронной почты во внутреннюю систему Общества «ostrota» (back-end), скриншоты которых представлены в Приложении 7 к настоящим объяснениям.
--	--

Общество считает важным сообщить, что регистрация адресов электронной почты по структуре «389890», «+», «набор символов и цифр», «@mail.ru» носит массовый характер. Так, только 20.09.2023 была произведена регистрация 4 адресов электронной почты за 11 секунд, что физически сделать без настроенного скрипта невозможно. За осень и декабрь 2023 года было зарегистрировано более 400 таких адресов, что, по мнению Общества, представляет собой разновидность кибер-фрода (действия третьего лица, направленные на обход предусмотренных процедур регистрации в системе с целью причинить вред системе и (или) компании - владельцу системы). Подтверждение массовой регистрации (с указанием временных интервалов регистрации) таких адресов представлено в Приложении 10.

Также Общество считает уместным сообщить, что в сентябре 2023 года получало Претензию от Заявителя, в которой последний потребовал 50 000 рублей за досудебное урегулирование спора без обращения <...> в Управление ФАС. Вместе с тем Общество не стало отвечать на данную Претензию, поскольку не производило рассылку рекламы на адрес электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru), что подтверждается Приложениями 2 и 3 к ответу. Кроме того, даже в случае выплаты, последнее не помешало бы Зуеву С.Г. обратиться в компетентные органы исключительно с целью причинить вред законным интересам Общества.

Пояснения к информации из системы «ostrota» Общества в части отправленных писем (Приложения 2 и 7 к данному ответу):

1. Номер идентификатора в системе означает исходное письмо, которое было отправлено по адресу электронной почты.

2. Contact.email над таблицей означает тот адрес электронной почты, по которому запрашивается информация.

3. Категория «Сделка» означает, что письмо было отправлено и доставлено адресату.

4. Графа «Шаблон почты»:

«double\_optin\_registration\_first» означает, что на электронную почту было отправлено письмо с запросом подтвердить адрес электронной почты;

«double\_optin\_Second» означает повторную отправку письма с запросом подтвердить адрес электронной почты;

«Welcome\_registration» означает приветственное письмо о регистрации в сервисе Ostrovok.ru;

«lang=None» означает, что письмо было отправлено на русском языке;

сокращение «wl=островок» означает, от какого бренда высылалась корреспонденция и какой бренд упоминается в письме.

Кроме того, с настоящими объяснениями представлены следующие сведения и материалы:

1) скриншот из сервиса Ostrovok.ru (подтверждение возможности добровольно подписаться на рассылку при регистрации на сайте);

2) скриншот из системы «ostrota» ООО «Бронирование гостиниц» (подтверждение отсутствия рассылки на адрес [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) из-за непрохождения аутентификации «double opt-in»);

3) скриншот из системы «ostrota» ООО «Бронирование гостиниц» (напротив поля «Подписан на рассылку» в отношении адреса электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) стоит черный крестик в красном кругу, что, согласно настройкам системы, означает запрет на рассылку по указанному адресу электронной почты);

4) 12 скриншотов из системы «ostrota» ООО «Бронирование гостиниц» (напротив поля «Подписан на рассылку» в отношении адресов электронной почты, перечисленных на стр. 2 Письменных объяснений от 11.01.2024, стоит черная галочка в зеленом кругу, что, согласно

настройкам системы, означает согласие на рассылку и прохождение аутентификации «double opt in»);

5) 4 скриншота утвержденных макетов рассылок;

6) процедура регистрации на сайте [www.ostrovok.ru](http://www.ostrovok.ru);

7) сведения о том, какие письма (о завершении процесса регистрации, о рекламе, иные) направлялись на электронные почты, указанные на стр. 2 письменных объяснений Общества от 11.01.2024;

8) копия определения от 22.12.2023 об отказе в возбуждении дела об административном правонарушении по ч.1 ст.13.11 КоАП РФ, вынесенного Управлением Роскомнадзора по УрФО;

9) копия претензии от <...> от 22.09.2023;

10) выгрузка из системы «ostrota» - подтверждение массовой регистрации адресов электронной почты по структуре «389890», «+ и набор символов и цифр», «@mail.ru» (с указанием системности и высокой скорости регистрации в единицу времени).

Также Общество отметило, что инструмент «double opt-in» был введен в работу Обществом в начале 2023 года.

<...> в письменных пояснениях (вх. № 4247-ЭП/24 от 01.03.2024) сообщил следующее.

1. Невозможность получения рекламной рассылки без подтверждения – ложь. Я ничего не подтверждал.

2. Массовый флуд (фрод) организовал не я, так как для подачи обращения в ФАС достаточно пары-тройки рекламных писем. Если бы я хотел им навредить специально, пытаюсь «вымогать» деньги – мне не нужно было бы так загаживать свой ящик. Это мечь наказанных мной спамеров. Я специально никого не подставляю, все обращения в ФАС – следствие спама без моего согласия. Всего от ООО «Бронирование гостиниц» в промежуток времени с 22 сентября 2023 г. по 08 февраля 2024 г. на мой почтовый ящик пришло 5533 письма. Часть из них спустя какое-то время стала содержать подтверждение регистраций, что радует. Получили урок и стали спрашивать, а не сразу рассылать рекламу. Но есть «но»: они не зашевелились, пока ими не занялись вы. Моё письмо с отзывом согласия (которое я как обычно не давал) и с просьбой убрать меня из списков рассылки никакого эффекта не возымело, так что наказаны они будут справедливо. Причём большая часть рассылок производилась ими уже после моего отказа от рекламы. Они просто решили наплевать и забыть. Зря.

3. Администраторы портала «Островок» легко могут сами наказать спамеров, которые их так подставили и устроили им такую головную боль. Пусть отсеют иностранные IP-адреса массовых регистраций с моей почтой и выделяют российские IP с датой и временем. У спамеров часто отваливался VPN и они светили свой реальный IP. Рекомендую юристам или бенефициарам ООО «Бронирование гостиниц» написать заявление в Управление по организации борьбы с противоправным использованием информационно-коммуникационных технологий МВД РФ и приложить к нему таблицу российских IP фрода с датами и временем.

4. С 08 февраля 2024 года письма от ООО «Бронирование гостиниц» на упомянутую в обращении почту больше не приходили.

ООО «Бронирование гостиниц» в письменных объяснениях (вх. № 5973-ЭП/24 от 25.03.2024), а также на заседании комиссии, сообщило следующее.

Запрашиваемые Управлением сведения	Ответ
Материалы, подтверждающие заявленные сведения о том, что инструмент «double opt-in» был введен в работу Обществом в начале 2023 года.	На момент последнего заседания Общество действительно исходило из того, что «double opt-in» был введен в начале 2023 года. После перепроверки информации выяснилось, что этот инструмент был введен намного раньше – в 2019 году, то есть более 5 лет. Для доработки сайта ostrovok.ru разработчик должен создать задачу в системе постановки задач «Redmine». В этой системе отражаются все актуальные данные по

	<p>конкретной задаче. Задача «Добавить double opt-in» была завершена в 2019 и ответственные по задаче перевел ее в статус «Closed», что означает закрытие задачи в связи с ее выполнением (Приложение № 1 к Ответу).</p> <p>Double opt-in был создан для сайта ostrovok.ru для четырех ситуаций:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Использование мобильного приложения;</li> <li>2) Подписка на рассылку на главной странице сайта;</li> <li>3) Подтверждение регистрации в личном кабинете (ЛК);</li> <li>4) Подтверждение согласия на обработку данных при бронировании отеля.</li> </ol> <p>Дополнительно, в репозитории (хранилище исходного кода сервиса) компании в GitLab также отражена информация о том, что double opt-in был внедрен в работу онлайн-сервиса ostrovok.ru более 5 лет назад (Приложение № 2 к Ответу). Помещение данных в репозиторий означает, что доработка завершена и находится в промышленной эксплуатации. Если проще, то после попадания в GitLab «double opt-in» начал работать непосредственно на сайте для всех пользователей.</p>
<p>Сведения о том, какие письма (приветственные, с информацией для подтверждения адреса электронной почты, иные) направлялись на электронную почту <a href="mailto:389890@mail.ru">389890@mail.ru</a> и содержание указанных писем (с приложением подтверждающих документов).</p>	<p>На адрес электронной почты <a href="mailto:389890@mail.ru">389890@mail.ru</a> было отправлено 3 письма:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Приветственное письмо «Welcome Registration» 20.09.2023 сразу после регистрации;</li> <li>2) Первое письмо с запросом на подтверждение адреса электронной почты <a href="mailto:389890@mail.ru">389890@mail.ru</a> 20.09.2023 (механизм double opt in);</li> <li>3) Второе письмо с запросом на подтверждение адреса электронной почты <a href="mailto:389890@mail.ru">389890@mail.ru</a> 20.09.2023 (дублирование механизма double opt in).</li> </ol> <p>Общество также прикладывает к этому Ответу скриншоты с содержанием каждого письма (Приложение № 3 к Ответу).</p>

**Про злоупотребление правом со стороны пользователя с адресом [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru)**

Общество полагает, что действия пользователя-владельца адресов электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) и аналогичных адресов со знаком «+» и набором дополнительных символов (далее – адреса с пометкой) в контексте данного дела являются формой злоупотребления правом.

В силу взаимосвязанных положений ст.ст. 1 и 10 Гражданского кодекса РФ под злоупотреблением правом понимается и ситуация, когда лицо действует формально в пределах предоставленных ему прав, но недозванным способом, и целью его действий является обход установленных в целях защиты прав другого лица обязательных требований и ограничений.

Одна из таких ситуаций – когда пользователь последовательно совершает следующие действия:

1) формирует множество адресов с пометкой в почтовом сервисе, в результате чего автоматически настраивается переадресация с адресов с пометкой на исходный адрес электронной почты;

2) массово регистрируется на определенном онлайн-сервисе (причем делает это как в ручном режиме, так и с использованием инструментов вмешательства в интеграцию между пользовательской частью сайта и администраторской, которая не видна пользователю);

3) при такой массовой регистрации подписывается на рассылку с помощью адресов с пометкой;

4) и после того, как через эти адреса с пометкой пользователю начинают приходить разного рода рассылки, то он заявляет досудебную претензию в связи с тем, что не представлял согласие на рассылку по исходному адресу электронной почты;

5) в случае отказа или игнорирования претензии пользователь инициирует жалобы в Управление ФАС или в Управление Роскомнадзора (далее – РКН), в рамках которых показывает только получение рассылки на исходный адрес электронной почты, но скрывает данные про настройку адресов с пометкой и анонимизацию для отправителя конечного получателя рассылок.

Пользователь отправляет многочисленные претензии отправителям и далее обращается с жалобами в органы ФАС и РКН. Цель претензий и жалоб – не прекратить рассылку, а продать свое согласие на получение рассылки и тем самым намеренно обогатиться за счет добросовестных отправителей, которые соблюдают стандарты добросовестности в отношениях с массовым пользователями. Именно это и происходит в рамках данного дела.

Заявитель так и не смог объяснить:

1) зачем он произвел массовую регистрацию адресов с пометкой в рамках сервиса ostrovok.ru;

2) почему решил продать свое неотчуждаемое право на обращение в органы власти за деньги в рамках досудебной претензии от 22.09.2023;

3) а также не представил доказательств незаконных действий третьих лиц в отношении его исходного адреса электронной почты;

4) действительно, <...> отрицал использование дополнительных функциональных возможностей сервиса Mail.ru «Адреса с пометкой» и «Анонимайзер», но Общество опровергло это, представив многочисленные доказательства использования данных функциональных возможностей сервиса, а также подтвердил, что не высылал на адрес [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) рассылку рекламного характера (1), и что получил согласия на рассылку по всем адресам с пометкой (2).

Общество проявляет повышенный стандарт добросовестного и разумного поведения, в том числе:

1) представило членам Комиссии Управления реальные доказательства того, что не производило рекламную рассылку на исходный адрес электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru);

2) подтвердило, что уже много лет использует в своей работе технологию «double opt-in», и в рамках дела не получило подтверждение адреса электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru), но получило подтверждение по всем адресам с пометкой, которые перечислены на стр. 2 письменных объяснений от 11.01.2024;

3) и в целом не производило обработку персональных данных Заявителя, что также подтверждается ранее представленными материалами из Управления РКН.

В Управлении ФАС есть целый ряд дел, где Комиссия обосновано приходила к выводам о том, что действия того же самого Заявителя носят характер злоупотребления правом поскольку квалифицировало действия того же самого Заявителя как злоупотребление правом (например, дела № 066/05/18-3094/2023 (<https://br.fas.gov.ru/to/sverdlovskoe-ufas-rossii/25f0dc7e-2606-4833-a3f0-cfd0b7967c2a/>) и 066/05/18-3310/2023 (<https://br.fas.gov.ru/to/sverdlovskoe-ufas-rossii/9ef4550f-8275-4c0e-99db-1d34074b6c50/>)).

Согласие на рассылку не является оборотоспособным объектом гражданских прав, так как не указано в качестве такового в ст. 128 Гражданского кодекса РФ. Как следствие, подобная «торговля согласием» является незаконной и не соответствует стандартам добросовестного поведения.

<...> в письменных пояснениях (вх. № 7675-ЭП/24 от 12.04.2024) сообщил следующее (далее – орфография и пунктуация сохранены).

«1. Вопрос первый: может ли ООО «Бронирование гостиниц» (далее - ООО «БГ») как-то доказать свои утверждения, что фродом занимался именно я? Надо же: оказывается, во взрослом мире принято обосновывать свои утверждения. Особенно в таких делах. Если вы задаёте вопрос: «Зачем он произвёл массовую регистрацию» - сначала обоснуйте, что это был я.

<...>

2. Вопрос второй: для чего я должен доказывать действия третьих лиц? Да плевать, кто запустил фрод. Главное, что вы настроили рассылку рекламы без подтверждения согласия. А теперь вы ответьте: зачем мне было организовывать массовый фрод собственного почтового ящика несколькими тысячами писем, когда для описываемых представителями ООО «БГ» действий достаточно было вручную зарегистрировать пару аккаунтов?

3. Вопрос к представителям ФАС: как думаете: представители спамера сами верят в свои обвинения? Да ничего подобного. Всё они понимают. Просто подлые.

4. Следующий вопрос: давайте теоретически допустим, что это всё организовал злобный я, чтоб кровожадно подставить <...> (читать как «ООО «БГ»»), настроивших свою систему на рассылку рекламы без подтверждения адреса. Снимает ли это с них юридическую ответственность за нарушение закона?

5. А теперь сами скажите: хватает ли мне спамеров для наказания или их у меня дефицит? Нужно ли мне специально кого-то для этого привлекать? Ответ: готовых спамеров у меня гораздо больше, чем я физически могу написать обращений в ФАС и РКН. Я поэтому пишу обращения лишь на самых злостных. Мне не требуется вызывать на себя дополнительный огонь спама специально. Уж слишком много о своей значимости возомнили представители ООО «БГ». До их флуда моего ящика мы с ними не пересекались, они мне ничем не вредили и я вообще не знал об их существовании. Они, видимо, не в курсе, что, кроме них, на таком же флуде попались другие не связанные между собой организации, попавшие в базу данных программы для фрода. С этими организациями я так же никак до этого не контактировал. За спам я наказываю только злостных спамеров - и ООО «БГ» оказались злостными.

6. Настроили свои системы на рассылку спама без подтверждения почты - имейте совесть и характер ответить за нарушение закона. Хватит <...> кидаться бездоказательными обвинениями. Не поможет. Вы не правы. Вы, когда после моего вам пинка <...> полезли смотреть, что у вас творится в системе - явно увидели, что ваш сервис используется в базе данных фродеров и что вы флудите не одного меня. Вы позволили третьим лицам гадить сотням, а то и тысячам мне подобных людей.

Увидели-увидели. Не может быть, чтоб там был один я. Почему же вы об этом <...> умолчали, <...>?

Ответьте на вопрос.

7. Претензии в таких случаях высылать вполне законно. А в отношении таких подлецов как вы, всё прекрасно понимающих, но всё равно начинающих лицемерить - ещё и справедливо. Поделом вам. Обязательно распишу ваши подлости везде в интернетах. Вы давно поняли, что вашу систему кто-то использует для флуда многих людей - но вы позволяете себе писать бездоказательные гадости в адрес того, кто это всё остановил.

Подтверждение почт вы включили только после моего обращения в контролирующие органы. Так было?

Так.

8. Почему же вы не зашевелились, когда я вам описал ситуацию с флудом и выслал отказ от рекламы? Вам было плевать. Я понимаю, если бы вы отказали в заключении мирового соглашения по компенсации морального вреда, но всё же отключили все рассылки. Но вы не отключили. Вы проигнорировали сигнал. А теперь устроили плач Ярославны с болотцем крокодиловых слёзок о том, как вас притесняют со злоупотреблением правом.

Хотя понимаете, что это вы злоупотребили рассылкой. Скольким же людям вы так загадили почтовые ящики? М? Хватит характера признаться?

Таким как вы - не хватит.

Не стали бы вы бездоказательно обвинять меня в ответ, хотя виноваты сами - мне не о чем было бы писать обличительные посты. А так все увидят, какие вы гнилые. Просто репостну ваши цитаты без изменений - а люди пусть решают, достойные ли у вас руководители и представители.

9. Ой, вы не отправляли рекламу на исходный адрес? Тогда каким образом мой исходный адрес её получил с вашего сервера и с вашего доменного имени? Уже хватаетесь за соломинку. Факт есть факт. Не стоило настраивать вашу систему на рассылку рекламы без подтверждения согласия. Вы юлите и отмазываетесь по-детски. Среди спамеров не бывает умных и достойных.

10. Не знаю, откуда спамеры «получили согласие» (видимо, просто сами понаставили в своей базе данных пометок подтверждений) - но лично я, как получатель рекламы, никаких согласий на неё не давал. Дамы и господа из ФАС, как вы это видите? Мне приходят тысячи писем с запросом согласия на рекламу - и я такой долгими зимними вечерами сижу и в каждом запросе жму ссылку согласия?

Представители ООО «БГ», которые сделали подобное заявление, похоже, тупо подделали согласия. Смошенничали. Прошу разобраться, каким образом они их получили. От меня эти согласия не исходили. А обработка ПДн и нарушения рекламного законодательства - вещи разные».

**ООО «Бронирование гостиниц»** в письменных объяснениях (вх. № 8548-ЭП/24 от 22.04.2024), а также на заседании комиссии сообщило следующее.

*1. Почему действия Заявителя по отношению к Обществу - злоупотребление правом.*

В рамках предыдущего ответа от 21.03.2024 Общество подробно обосновывало, почему действия Заявителя представляют собой форму злоупотребления правом. Тезисно напомним, что <...> отправляет многочисленные претензии отправителям и далее обращается с жалобами в органы ФАС и РКН. Цель претензий и жалоб - не прекратить рассылку, а продать свое согласие, которое не является объектом гражданских прав, на получение рассылки и тем самым намеренно обогатиться за счет добросовестных отправителей.

В Управлении ФАС есть целый ряд дел, где Комиссия обоснованно приходила к выводам о том, что действия <...> носят характер злоупотребления правом (например, дела № 066/05/18-3094/2023 (ссылка на материалы дела: <https://br.fas.gov.ru/to/sverdlovskoe-ufas-rossii/25f0dc7e-2606-4833-a3f0-cfd0b7967c2a/>) и дело № 066/05/18-3310/2023 (ссылка на материалы дела: <https://br.fas.gov.ru/to/sverdlovskoe-ufas-rossii/9ef4550f-8275-4c0e-99db-1d34074b6c50/>).

В настоящем деле Общество проявляет повышенный стандарт добросовестного поведения, в том числе:

1) представило членам Комиссии Управления реальные доказательства того, что не производило рекламную рассылку на исходный адрес электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru);

2) подтвердило, что уже много лет использует в своей работе технологию double opt-in, и в рамках дела не получило подтверждение с адреса электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru), но получило подтверждение по всем адресам с пометкой, которые перечислены на стр. 2 письменных объяснений от 11.01.2024;

3) не производило обработку персональных данных <...>, что также подтверждается ранее представленными материалами из Управления РКН.

Дополнительно, Общество обнаружило ряд судебных дел с очень похожими обстоятельствами, где арбитражные суды вполне обоснованно занимали сторону бизнеса, и считает важным представить их более подробно.

*2. Судебные споры, где суды занимали позицию добросовестных отправителей.*

Фабула каждого из дел № А62-1149/2024 (ссылка на материалы дела: <https://kad.arbitr.ru/Card/ea896870-af0d-4a2d-a710-982181097630>) и № А62-10093/2022 (ссылка на материалы дела: <https://kad.arbitr.ru/Card/0f3100a5-09a0-47f8-96d5-661320f738fa>; в данном случае решение суда первой инстанции по делу «устоялось» в Верховном Суде РФ) примерно одинаковая: физическое лицо получило на свой адрес электронной почты сообщения рекламного характера, после чего подало жалобы в Управление Федеральной антимонопольной службы по

Смоленской области. Данное Управление вынесло решение и предписание о признании такой рассылки нарушающей ч.1 ст.18 Закона о рекламе.

Далее, при рассмотрении каждого дела Арбитражный суд Смоленской области пришел к следующим выводам, которые вполне уместно сопоставить с обстоятельствами настоящего дела:

№ п/п	Факты из судебных дел в Смоленской области	Факты из настоящего дела
1	Пользователь произвел регистрацию на сайте отправителя самостоятельно	<...> также зарегистрировался на сайте ostrovok.ru, причем не один раз, а сотни за короткий промежуток времени
2	Пользователь при заполнении данных указал проверочный код, который пришел на номер телефона	По сути, это аналог double opt-in, который адаптирован для аутентификации на сайте по номеру телефона. В случае с <...> и Обществом, вместо проверочного кода была аутентификация адресов с пометкой через механизм double opt-in
3	Пользователь выразил согласие на получение рассылки с сайта	<...> выразил согласие на получение рассылки на свои адреса с пометкой. На исходный адрес <a href="mailto:389890@mail.ru">389890@mail.ru</a> он согласия не давал, но Общество это не отрицает (1) и одновременно подтверждает, что не производило рассылку на этот адрес из-за непрохождения <...> double opt-in (2).
4	Пользователь пользовался сайтом и не снял галочку с чек-бокса на участие в программе лояльности	По информации Общества <...> не производил бронирования на ostrovok.ru, в то же время, закон не ставит регистрацию и получение согласий на рассылку в зависимость от использования того или иного онлайн-сервиса
5	При получении информации об адресе электронной почты пользователя получатель этого адреса исходил из добросовестности того, кто этот адрес представляет	Общество как получатель данных от пользователей при регистрации на ostrovok.ru также исходит из их добросовестности
6	Пользователи для собственной идентификации стараются включить в адрес электронной почты отличительные признаки, а пользователь в упомянутых делах только указал свою распространенную фамилию - Сергеев	<...> не принял никаких мер для собственной идентификации при создании адреса электронной почты и адресов с пометкой. Напротив, он указал только цифры в исходном адресе, а в адресах с пометкой - цифры, знак «+» и набор букв и символов, то есть, в целом, сделал свою идентификацию невозможной

В 2020-2021 гг. пользователь в «смоленских делах» 332 (!!!) раза обращался в антимонопольные органы о признании рекламы ненадлежащей, и все эти обращения «...имели целью не прекращение его обременения рекламными сообщениями, поскольку для этого было достаточно «отписаться» от их получения, однако, данные действия <...> не совершались, а имели финансовую направленность: извлечение денежных средств путем обращения в суды общей юрисдикции за взысканием морального вреда в размере 50000 руб. на основании каждого решения Смоленского УФАС (при рассмотрении дела Обществом представлены соответствующие сведения, полученные из официального источника о делах, рассматриваемых судами общей юрисдикции)».

По состоянию на 29.11.2023 <...> обращался примерно 75 раз в антимонопольный орган, а на основании решений данного органа далее обращается в суды за взысканием компенсации морального вреда, который ему не был причинен.

Общество разумно предполагает, что <...> в рамках такой «бизнес-модели» уже более 100 раз обратился в антимонопольный орган только за период 2023-2024 гг.

№ п/п	Юридические выводы в «смоленских» делах	Можно ли применить выводы в настоящем деле?
1	Пользователь не является потерпевшим, а реклама не является ненадлежащей, поскольку пользователь недобросовестно осуществлял свои гражданские права, что влечет отказ в правовой защите (п.2 ст.10 ГК РФ).	Да, конечно. Как и общества в «смоленских делах», так и ООО «Бронирование гостиниц» в настоящем деле:
2	Общество - отправитель рассылки рассчитывало на добросовестность пользователя, который предоставляет адрес электронной почты.	1. Не отрицает рекламный характер рассылки, но считает, что реклама была надлежащей, поскольку <...> недобросовестно осуществил при регистрации и продолжает осуществлять свои гражданские права, а имеет цель исключительно причинить вред Обществу и незаконно обогатиться.
3	Общество - отправитель рассылки не располагает базой данных владельцев адресов электронных почт, и не должно производить идентификацию таких пользователей. Такие требования установлены законом только для финансовых, кредитных и иных подобных организаций банковского сектора.	2. Общество рассчитывало на добросовестность со стороны <...>, взамен получило массовую регистрацию адресов с пометкой, которая доходила до 400 адресов/день. 3. Общество не располагает базой данных владельцев адресов электронных почт, в том числе, сервиса «Почта» Mail.ru.
4	Действующим гражданским законодательством не предусмотрен механизм подтверждения принадлежности Пользователю адреса электронной почты, на который с согласия лица, предоставившего такой адрес, осуществляется направление сообщений рекламного характера. При регистрации почтового ящика на почтовом сервере не предполагается проведение 100% идентификации лица, обратившегося за созданием почтового ящика.	4. Общество не является организацией банковского сектора, и, в целом, не должно подтверждать принадлежность какому-либо пользователю адреса(-ов) электронной почты.

3. *Дополнительное подтверждение того, почему <...> не испытывает физических или нравственных страданий от получения рассылки.*

В своей первоначальной претензии в сентябре 2023 г. <...> требовал от Общества компенсации морального вреда, т.к. испытывал нравственные страдания от полученной рассылки.

В апреле 2024 г. <...> в телеграм-канале «Как громить спамеров» (ссылка на новость в Телеграм: [https://t.me/antispam\\_rus/33](https://t.me/antispam_rus/33)) и одноименной странице «ВКонтакте» (ссылка на страницу во ВКонтакте: [https://vk.com/wall-220261746\\_152](https://vk.com/wall-220261746_152)) опубликовал посты о том, что штрафы за навязчивую рассылку увеличены.

Все тот же <...> в каждом из этих постов дополнил, что «В ближайшее время в шаблонах досудебных претензий и в мировом соглашении суммы будут увеличены с 50000 рублей до 150000 рублей».

Это позволяет предположить, что <...> повышает размеры требуемых компенсаций морального вреда в своих шаблонных претензиях не из-за увеличения своих нравственных страданий, а из-за изменений в законодательстве.

Также ООО «ВК» на запрос Свердловского УФАС России сообщило (вх. № 7357/24 от 09.04.2024) следующее.

ООО «ВК» является владельцем почтового сервиса Почта Mail.ru, предназначенного для регистрации электронных почтовых ящиков и ведения переписки. В соответствии с условиями использования сервиса, размещенных в сети Интернет по адресу: <https://help.mail.ru/legal/terms/mail> (Пользовательское соглашение сервиса Почта Mail.ru) <https://help.mail.ru/legal/terms/common/ua> (общее Пользовательское соглашение сервисов Mail.ru) (далее - Условия использования Сервиса Почта Mail.ru), владельцами электронных почтовых ящиков могут быть только физические лица. Пользователи электронных почтовых ящиков самостоятельно распоряжаются их содержимым, в том числе, предоставляют информацию третьим лицам и совершают иные действия.

При регистрации электронного почтового ящика пользователи заполняют регистрационную форму и предоставляют необходимую информацию, а также принимают Условия использования Сервиса Почта Mail.ru. Вместе с тем, ООО «ВК» не может подтвердить достоверность таких данных, а также подтвердить или опровергнуть факт принадлежности электронных почтовых ящиков конкретным физическим лицам в связи с тем, что ООО «ВК» не осуществляет проверку и верификацию учетных данных, которые оставляют сами пользователи на сайте при регистрации электронного почтового ящика (п.3.1 общего Пользовательского соглашения сервисов Mail.ru). Пользователи вправе оставлять как достоверные данные, так и вымышленные, а также могут вносить изменения в регистрационные данные. Законодательством РФ обязанность проверять и идентифицировать пользователей при регистрации электронных почтовых ящиков не предусмотрена.

В рамках функционала сервиса Почта Mail.ru пользователю электронного почтового ящика предоставляется возможность создания дополнительных почтовых адресов с иным именем («алиас», он же «анонимайзер») внутри своего ящика, также предназначенных для переписки. Однако такие дополнительные почтовые ящики не имеют самостоятельных данных и отдельно от ящика, внутри которого они созданы, не существуют - при прекращении использования основного электронного ящика (удалении/блокировании и пр.) использовать дополнительный ящик становится невозможно.

Пользователи Сервиса вправе самостоятельно создавать алиасы (анонимайзеры) в рамках своих электронных ящиков, настраивать и использовать такие ящики согласно функционалу Сервиса. Третье лицо не может создать и настраивать анонимайзер за владельца электронного ящика.

Также функционалом Сервиса предусматривается возможность включения пересылки электронных писем из одного электронного ящика в другой электронный ящик, из одного почтового сервиса в другой почтовый сервис. Функционал доступен зарегистрированным пользователям Сервиса.

Однако обращаем Ваше внимание, что указанные в запросе электронные ящики, имеющие в адресе символ «+», не являются дополнительными почтовыми адресами основного электронного ящика, то есть не являются анонимайзерами.

Так, электронные ящики с символом «+» в имени почтового адреса не создаются специально владельцем основного электронного ящика. Фактически электронные ящики, которые содержат в себе символ «+», представляют собой субадреса или «адреса с пометкой», то есть опциональное расширение имени почтового ящика для удобства фильтрации и сортировки электронных писем на стороне получателя таких писем. Это широко сложившаяся практика использования электронных ящиков, которая покрывается открытыми стандартами, например, RFC 5233 (подробнее <https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc5233.html>).

Символы, идущие после знака «+» и до знака «@», например, [name+12345@mail.ru](mailto:name+12345@mail.ru), игнорируются почтовым агентом, и доставка электронного письма происходит на электронный ящик с именем до знака «+», то есть на ящик [name@mail.ru](mailto:name@mail.ru) (субадресация).

При этом, символы после знака «+» как в виде цифр, так и в виде букв, могут случайно набираться самим пользователем электронного ящика, например, при регистрации на каком-то сайте, чтобы все письма с этого сайта поступали именно в такой ящик.

Субадресация поддерживается сервисом Почта Mail.ru. Вместе с тем, поскольку такие «адреса с пометкой» (субадреса) отдельно не создаются владельцем основного электронного ящика с использованием инструментов функционала Сервиса, о существовании таких электронных ящиков ВК не известно (не контролируется).

**Рассмотрев представленные материалы, заслушав доводы и возражения лиц, участвующих в деле, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам.**

Под информацией в ст.2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее - Закон об информации) понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п.1), а под распространением информации - действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9).

Законодательством Российской Федерации, согласно ч.4 ст.5 Закона об информации, могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя.

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).

На электронную почту [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) с электронной почты [newsletter@news.ostrovok.ru](mailto:newsletter@news.ostrovok.ru) были распространены следующие сообщения рекламного характера:

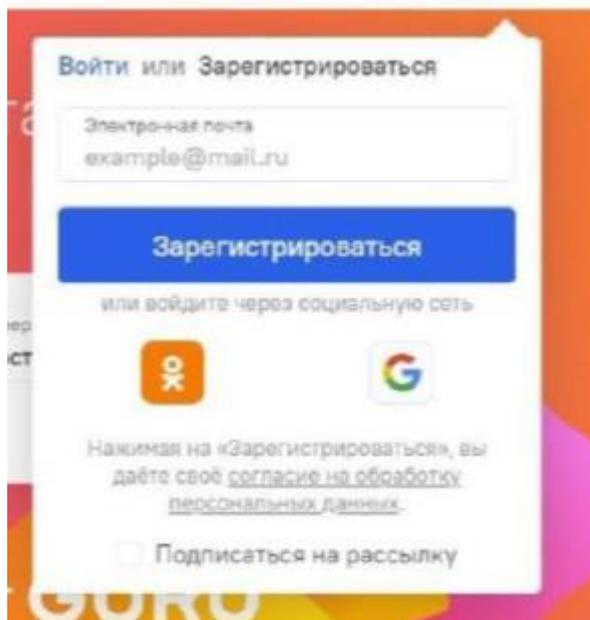
- 1) 22.09.2023 в 11:25 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 2) 22.09.2023 в 11:28 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 3) 22.09.2023 в 11:38 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 4) 22.09.2023 в 12:16 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 5) 22.09.2023 в 12:17 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 6) 22.09.2023 в 12:36 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 7) 22.09.2023 в 12:53 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 8) 22.09.2023 в 13:20 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 9) 22.09.2023 в 14:45 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 10) 22.09.2023 в 14:48 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»;
- 11) 27.09.2023 в 12:18 сообщение под заголовком «Мы здесь, чтобы сказать тебе три главных слова»;
- 12) 29.09.2023 в 11:10 сообщение под заголовком «Идем на рекорд»;
- 13) 05.10.2023 в 11:14 сообщение под заголовком «Дарим две ночи в отеле на праздники»;
- 14) 25.10.2023 в 20:01 сообщение под заголовком «Дарим отдых на новогодних!»;
- 15) 17.01.2024 в 17:43 сообщение под заголовком «Лыжи еще едут!».

Согласно **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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Согласно п.15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

Направление указанных сообщений осуществлялось ООО «Бронирование гостиниц» на основании следующего.

При регистрации в Сервисе, т.е. на сайте [www.ostrovok.ru](http://www.ostrovok.ru), в окне регистрации пользователю предоставляется возможность поставить галочку в чек-боксе напротив фразы «Подписаться на рассылку».



20.09.2023 лицо с адресом электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) поставило указанную галочку, что подтверждается скриншотом из внутренней системы «Ostrotа» ООО «Бронирование гостиниц» (копии скриншотов прилагаются).

Далее Сервис запросил подтверждение путем отправки письма на указанный адрес электронной почты - [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru). Это связано с тем, что в Сервисе предусмотрен алгоритм «double opt-in», в рамках которого при регистрации в Сервисе последний запрашивает подтверждение адреса электронной почты.

Сервис настроен таким образом, что без прохождения процедуры «double opt-in» рассылка не представляется возможной даже при наличии проставленной галочки в чек-боксе.

По информации из внутренних систем ООО «Бронирование гостиниц» следует, что адрес электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) не был подтвержден (см. скриншот ниже).

ИДЕНТИФИКАТОР	КОНТАКТ	КАТЕГОРИЯ	ШАБЛОН У-ПОЧТЫ	ДАТА ВРЕМЕННОЙ МЕТКИ	ДОСТАВЛЕНО	ДТ ОТКРЫТ	Я ЩЕЛЮЛ
894289293	389890@mail.ru	Сделка	double_optin_Second (lang=None, wl=островок)	4 октября 2023 г., 6:40 утра	4 октября 2023 г., 6:40 утра	4 октября 2023 г., 6:59 утра	-
877647494	389890@mail.ru	Сделка	double_optin_registration_first (lang=None, wl=островок)	20 сентября 2023 г., 7:58	20 сентября 2023 г., 7:58	-	-
877619979	389890@mail.ru	Сделка	Welcome_registration_v2 (lang=Net, wl=островок)	20 сентября 2023 г., 6:15 утра	20 сентября 2023 г., 6:15 утра	-	-

#### Пояснения к информации на скриншоте 2:

1. Номер идентификатора в системе означает исходное письмо, которое было отправлено по адресу электронной почты.
2. Contact.email над таблицей означает тот адрес электронной почты, по которому запрашивается информация.
3. Категория «Сделка» означает, что письмо было отправлено и доставлено адресату.
4. Графа «Шаблон почты»:
  - 4.1. "double\_optin\_registration\_first" означает, что на электронную почту было отправлено письмо с запросом подтвердить адрес электронной почты.
  - 4.2. "double\_optin\_Second" означает повторную отправку письма с запросом подтвердить адрес электронной почты.
  - 4.3. "Welcome\_registration" означает приветственное письмо о регистрации в сервисе Ostrovok.ru.
  - 4.4. "lang=None" означает, что письмо было отправлено на русском языке.
  - 4.5. Сокращение "wl=островок" означает, от какого бренда высылалась корреспонденция и какой бренд упоминается в письме.

Сервис настроен таким образом, что если первое письмо с запросом на подтверждение электронной почты проигнорировано, то в течение 1 - 2 недель Система повторно высылает запрос

на подтверждение. Поскольку лицо не подтвердило адрес электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru), постольку рассылка на указанный адрес не производилась.

Таким образом, ООО «Бронирование гостиниц» первоначально получило необходимое согласие, попыталось произвести однозначную аутентификацию лица, заполнившего форму в окне регистрации на сайте [www.ostrovok.ru](http://www.ostrovok.ru) с указанием адреса электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru), а далее не производило рассылку из-за отсутствия подтверждения адреса электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru).

В случае успешного прохождения процедуры «double opt-in», то есть аутентификации адреса электронной почты, указанной в форме окна регистрации на сайте [www.ostrovok.ru](http://www.ostrovok.ru), информация об этом появляется в системе «Ostrota», и в поле «Подписан на рассылку» появляется черная галочка в зеленом кругу.

В случае с адресом электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru), согласно скриншоту из внутренней системы «Ostrota», в поле «Подписан на рассылку» стоит черный крестик в красном кругу, что, согласно настройкам системы, означает запрет на рассылку по указанному адресу электронной почты.

Инструмент «double opt-in», позволяющий аутентифицировать адрес электронной почты, указанный в форме окна регистрации на сайте [www.ostrovok.ru](http://www.ostrovok.ru), был создан и введен в эксплуатацию ООО «Бронирование гостиниц» в 2019 году, что подтверждается материалами (скриншоты из внутренних систем Общества), представленными в антимонопольный орган за вх. № 5973-ЭП/24 от 25.03.2024.

Также, исходя из скриншота, размещенного в заявлении <...> (вх. № 21828-ЭП/23 от 06.10.2023) на стр. 1, следует, что инструмент «double opt-in» **по состоянию на 20 сентября функционировал**, поскольку в скриншоте содержатся сведения о письме, поступившем от адресата «Ostrovok.ru» под заголовком «Пожалуйста, подтвердите Ваш email-адрес».

Указанный факт также опровергает позицию самого <...> (изложена во вх. № 7675-ЭП/24 от 12.04.2024) о том, что «Подтверждение почт вы <речь о ООО «Бронирование гостиниц»> включили **только после моего обращения в контролирующие органы**», однако обращения в контролирующие органы – Свердловское УФС России и Управление Роскомнадзора по УрФО – первоначально были **направлены <...> 06.10.2023**.

Вместе с тем, ООО «Бронирование гостиниц» отправляло указанные сообщения на следующие адреса электронной почты:

№ п/п	Дата, время и название отправленного письма	Адрес электронной почты, на которую письмо было отправлено
1	22.09.2023 в 11:25 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	389890+ohmeo@mail.ru
2	22.09.2023 в 11:28 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	389890+jevwb@mail.ru
3	22.09.2023 в 11:38 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	389890+objrh@mail.ru
4	22.09.2023 в 12:16 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	389890+wkcrf@mail.ru
5	22.09.2023 в 12:17 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	389890+ygfjp@mail.ru
6	22.09.2023 в 12:36 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	389890+xsgyq@mail.ru
7	22.09.2023 в 12:53 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	389890+yvhf@mail.ru
8	22.09.2023 в 13:20 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	389890+ddyhl@mail.ru
9	22.09.2023 в 14:45 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	389890+bktoo@mail.ru
10	22.09.2023 в 14:48 сообщение под заголовком «Путешествия – бесят?»	389890+lehbg@mail.ru

	«Путешествия – бесят?»	
11	27.09.2023 в 12:18 сообщение под заголовком «Мы здесь, чтобы сказать тебе три главных слова»	389890+ohmeo@mail.ru
12	29.09.2023 в 11:10 сообщение под заголовком «Идем на рекорд»	389890+ohmeo@mail.ru
13	05.10.2023 в 11:14 сообщение под заголовком «Дарим две ночи в отеле на праздники»	389890+vuqlc@mail.ru
14	25.10.2023 в 20:01 сообщение под заголовком «Дарим отдых на новогодних!»	389890+gkdah@mail.ru
15	17.01.2024 в 17:43 сообщение под заголовком «Лыжи еще едут!»	389890+oopdu@mail.ru

Из приведенной таблицы видно, что адреса отличаются от адреса электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru).

Как сообщило ООО «ВК» (владелец почтового сервиса Почта Mail.ru) в рамках рассмотрения дела, электронные почтовые ящики, которые содержат в себе символ «+», представляют собой субадреса или «адреса с пометкой», то есть опциональное расширение имени почтового ящика для удобства фильтрации и сортировки электронных писем **на стороне получателя таких писем**. Это широко сложившаяся практика использования электронных ящиков, которая покрывается открытыми стандартами, например, RFC 5233 (подробнее <https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc5233.html>).

ООО «ВК» как владелец сервиса Mail.ru описывает функционал «Адреса с пометкой», где указывает следующее: «**Письма от сайта придут в ящик, но в поле «Кому» будет указан адрес с пометкой вместо настоящего адреса**». Описание функциональности «Адреса с пометкой» сервиса Mail.ru доступно по ссылке: <https://help.mail.ru/mail/security/protection/plus>.

Символы, идущие после знака «+» и до знака «@», например, [name+12345@mail.ru](mailto:name+12345@mail.ru), **игнорируются почтовым агентом, и доставка электронного письма происходит на электронный ящик с именем до знака «+», то есть на ящик [name@mail.ru](mailto:name@mail.ru)** (субадресация).

Таким образом, ООО «Бронирование гостиниц» осуществляло отправку сообщений на адреса [389890+ohmeo@mail.ru](mailto:389890+ohmeo@mail.ru), [389890+jevwb@mail.ru](mailto:389890+jevwb@mail.ru), [389890+objrh@mail.ru](mailto:389890+objrh@mail.ru), [389890+wkcrf@mail.ru](mailto:389890+wkcrf@mail.ru), [389890+ygfjp@mail.ru](mailto:389890+ygfjp@mail.ru), [389890+xsgyq@mail.ru](mailto:389890+xsgyq@mail.ru), [389890+yvhf@mail.ru](mailto:389890+yvhf@mail.ru), [389890+ddyhl@mail.ru](mailto:389890+ddyhl@mail.ru), [389890+bktoo@mail.ru](mailto:389890+bktoo@mail.ru), [389890+lehbq@mail.ru](mailto:389890+lehbq@mail.ru), [389890+vuqlc@mail.ru](mailto:389890+vuqlc@mail.ru), [389890+gkdah@mail.ru](mailto:389890+gkdah@mail.ru), [389890+oopdu@mail.ru](mailto:389890+oopdu@mail.ru) (далее – адреса с пометкой), однако **в силу особенностей функционирования почтового агента**, доставка электронных писем происходила на электронный ящик с именем до знака «+», то есть [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) и в строке «Кому» в каждом случае указан адрес с пометкой вместо настоящего адреса [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru), что также подтверждается приложениями к заявлениям <...>.

При этом, как пояснило ООО «ВК», символы после знака «+» как в виде цифр, так и в виде букв, могут случайным образом набираться самим пользователем электронного ящика, например, при регистрации на каком-то сайте, чтобы все письма с этого сайта поступали именно в такой ящик.

По каждому адресу, указанному в таблице, есть согласие на рассылку и пройдена аутентификация «double opt-in», подтверждение чего содержится в Системе Общества «Ostrotа» (демонстрируется на скриншотах из Системы), также в поле «Подписан на рассылку» появляется черная галочка в зеленом кругу, что, согласно вышеописанным настройкам системы, означает согласие на рассылку по адресу электронной почты.

На основании вышеизложенного, прохождение процедуры аутентификации «double opt-in» и дача согласия на рассылку по адресам с пометкой возможны **не иначе, как только из почтового ящика [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru)**, на который поступали письма для прохождения процедуры аутентификации, отправленные на адреса с пометкой.

Таким образом, владелец адреса электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) самостоятельно и добровольно дал согласие на получение рассылки от ООО «Бронирование гостиниц» при осуществлении процедуры регистрации в сервисе «Островок.ру» с использованием адресов с

пометкой, путем проставления галочки в чек-боксе формы регистрации напротив поля «Подписаться на рассылку» и прохождения процедуры аутентификации по адресам с пометкой с использованием инструмента «double opt-in», который запрашивает подтверждение адреса электронной почты, указанной в форме регистрации, что подтверждает принадлежность адреса электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) определенному лицу – <...> в форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы.

Помимо прочего, как сообщило ООО «Бронирование гостиниц», рекламные рассылки на адреса формата «389890+...@mail.ru» (где «...» - случайный набор букв и/или цифр) блокируются в ручном режиме.

Согласно **ч.2 ст.18 Закона о рекламе**, не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

Заявитель полагает, что рассылка производилась автоматически, судя по характеру и периодичности рекламных писем, в связи с чем, по его мнению, в данном случае имеются признаки нарушения и ч.2 ст.18 Закона о рекламе.

Комиссия отмечает следующее. Если в ч.1 ст.18 Закона о рекламе в части получения предварительного согласия на получение рекламы речь идет как об абоненте, так и об адресате, то в ч.2 ст.18 Закона о рекламе указано исключительно об абоненте.

В соответствии со ст.2 Закона об информации:

- **электронное сообщение** - информация, переданная или полученная пользователем информационно-телекоммуникационной сети (п.10);

- **информационно-телекоммуникационная сеть** - технологическая система, предназначенная для передачи по линиям связи информации, доступ к которой осуществляется с использованием средств вычислительной техники (п.4);

- **электронный документ** - документированная информация, представленная в электронной форме, то есть в виде, пригодном для восприятия человеком с использованием электронных вычислительных машин, а также для передачи по информационно-телекоммуникационным сетям или обработки в информационных системах (п.11.1);

- **информационная система** - совокупность содержащейся в базах данных информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий и технических средств (п.3);

- **оператор информационной системы** - гражданин или юридическое лицо, осуществляющие деятельность по эксплуатации информационной системы, в том числе по обработке информации, содержащейся в ее базах данных (п.12);

- **сетевой адрес** - идентификатор в сети передачи данных, определяющий при оказании телематических услуг связи абонентский терминал или иные средства связи, входящие в информационную систему (п.16).

Согласно ч.2 ст.13 Закона об информации если иное не установлено федеральными законами, оператором информационной системы является собственник используемых для обработки содержащейся в базах данных информации технических средств, который правомерно пользуется такими базами данных, или лицо, с которым этот собственник заключил договор об эксплуатации информационной системы. В случаях и в порядке, установленных федеральными законами, оператор информационной системы должен обеспечить возможность размещения информации в сети «Интернет» в форме открытых данных.

Порядок создания и эксплуатации информационных систем, не являющихся государственными информационными системами или муниципальными информационными системами, определяется операторами таких информационных систем в соответствии с требованиями, установленными настоящим Федеральным законом или другими федеральными законами (ч.6 ст.13 Закона об информации).

В соответствии со ст.15 Закона об информации:

- на территории РФ использование информационно-телекоммуникационных сетей осуществляется с соблюдением требований законодательства РФ в области связи, настоящего Федерального закона и иных нормативных правовых актов РФ(ч.1);

- регулирование использования информационно-телекоммуникационных сетей, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц, осуществляется в РФ с учетом общепринятой международной практики деятельности саморегулируемых организаций в этой области. Порядок использования иных информационно-телекоммуникационных сетей определяется владельцами таких сетей с учетом требований, установленных настоящим Федеральным законом (ч.2);

- использование на территории РФ информационно-телекоммуникационных сетей в хозяйственной или иной деятельности не может служить основанием для установления дополнительных требований или ограничений, касающихся регулирования указанной деятельности, осуществляемой без использования таких сетей, а также для несоблюдения требований, установленных федеральными законами (ч.3);

- федеральными законами может быть предусмотрена обязательная идентификация личности, организаций, использующих информационно-телекоммуникационную сеть при осуществлении предпринимательской деятельности. При этом получатель электронного сообщения, находящийся на территории РФ, вправе провести проверку, позволяющую установить отправителя электронного сообщения, а в установленных федеральными законами или соглашением сторон случаях обязан провести такую проверку (ч.4);

- передача информации посредством использования информационно-телекоммуникационных сетей осуществляется без ограничений при условии соблюдения установленных федеральными законами требований к распространению информации и охране объектов интеллектуальной собственности. Передача информации может быть ограничена только в порядке и на условиях, которые установлены федеральными законами (ч.5);

- особенности подключения государственных информационных систем к информационно-телекоммуникационным сетям могут быть установлены нормативным правовым актом Президента Российской Федерации или нормативным правовым актом Правительства Российской Федерации (ч.6).

Согласно п.1 **Положения о лицензировании деятельности в области оказания услуг связи**, утв. Постановлением Правительства РФ от 30.12.2020 № 2385, настоящее Положение определяет порядок лицензирования деятельности в области оказания услуг связи, осуществляемой юридическими лицами и (или) индивидуальными предпринимателями (далее - лицензируемый вид деятельности). В записи в реестре лицензий в области связи в отношении лицензий на осуществление деятельности в области оказания услуг связи вносятся наименования услуг связи в соответствии с перечнем согласно приложению №1.

В Перечне наименований услуг связи, вносимых в записи в Реестре лицензий в области связи в отношении лицензий на осуществление деятельности в области оказания услуг связи, отсутствуют услуги электронной почты. Следовательно, информационно-телекоммуникационная сеть «Интернет» не является сетью электросвязи, а потому распространение в ней рекламы регулируется ст.18.1 Закона о рекламе, а не ст.18 этого Закона.

В соответствии с п.1 и п.22.1 ч.1 ст.2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон о связи):

**абонент** - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации;

**рассылка** по сети подвижной радиотелефонной связи - автоматическая передача **абонентам** коротких текстовых сообщений (сообщений, состоящих из букв и (или) символов, набранных в определенной последовательности) по сети подвижной радиотелефонной связи или передача абонентам коротких текстовых сообщений с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации, а также сообщений, передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи.

Согласно ч.1 ст.44.1 Закона о связи **рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи** (далее также - рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия

абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

Согласно ст.2 Закона о связи:

**идентификатор пользовательского оборудования** (оконечного оборудования) - идентификационный номер пользовательского оборудования (оконечного оборудования), в котором предусмотрена возможность использования идентификационного модуля (пп. 3.1-1);

**идентификационный модуль** - электронный носитель информации, который используется в пользовательском оборудовании (оконечном оборудовании) и с помощью которого осуществляется идентификация абонента, и (или) пользователя услугами связи абонента - юридического лица либо индивидуального предпринимателя, и (или) пользовательского оборудования (оконечного оборудования) и обеспечивает доступ оборудования указанных абонента или пользователя к сети оператора подвижной радиотелефонной связи (п.3.2);

**нумерация** - цифровое, буквенное, символьное обозначение или комбинации таких обозначений, в том числе коды, предназначенные для однозначного определения (идентификации) сети связи и (или) ее узловых или окончных элементов (п.9);

**пользовательское оборудование (оконечное оборудование)** - технические средства для передачи и (или) приема сигналов электросвязи по линиям связи, подключенные к абонентским линиям и находящиеся в пользовании абонентов или предназначенные для таких целей (п.10);

**пользователь услугами связи** - лицо, заказывающее и (или) использующее услуги связи (п.16);

**ресурс нумерации** - совокупность или часть вариантов нумерации, которые возможно использовать в сетях связи (п.23);

**услуга связи** - деятельность по приему, обработке, хранению, передаче, доставке сообщений электросвязи или почтовых отправлений (п.32);

**электросвязь** - любое излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам (п.35).

Согласно п.2 Правил присоединения сетей электросвязи и их взаимодействия и признании утратившими силу некоторых актов и отдельных положений некоторых актов Правительства Российской Федерации, Постановлением Правительства РФ от 21.01.2022 №29 (далее – Правила № 29):

**вызов** - действия, совершаемые абонентом или пользователем услуг телефонной связи в целях установления соединения своего пользовательского (оконечного) оборудования с пользовательским (оконечным) оборудованием другого абонента или пользователя услуг телефонной связи или с окончным элементом сети телефонной связи, и совокупность операций, порождаемых этими действиями в сети электросвязи;

**зона нумерации** - ресурс нумерации единой сети электросвязи Российской Федерации, идентифицируемый кодом географически определяемой или географически не определяемой зоны нумерации;

**код географически определяемой зоны нумерации** - часть символов цифровой структуры номера, определяющая местоположение пользовательского (оконечного) оборудования в пределах территории субъекта Российской Федерации.

Согласно п.4 Правил № 29 **сети электросвязи**, определяемые географически, и сети электросвязи, не определяемые географически, **образуют телефонную сеть связи**.

**Телефонная сеть связи включает в себя:**

**сети фиксированной телефонной связи**, определяемые географически в пределах обслуживаемой территории и использующие ресурс нумерации географически определяемых зон нумерации;

**сети подвижной радиосвязи**, не определяемые географически в пределах территории Российской Федерации и использующие ресурс нумерации географически не определяемых зон нумерации;

**сети подвижной радиотелефонной связи**, не определяемые географически в пределах территории Российской Федерации и использующие ресурс нумерации географически не определяемых зон нумерации;

**сети подвижной спутниковой радиосвязи**, не определяемые географически и использующие ресурс нумерации географически не определяемых зон нумерации.

Согласно п.5 Правил № 29 сети связи, определяемые по технологии реализации оказания услуг связи, включают в себя:

а) **сети передачи данных**;

б) **телеграфные** сети связи (включая сети «Телекс»);

в) сети связи для распространения программ **телевизионного вещания и радиовещания**.

Согласно п.1 Порядка оказания услуг телефонной связи, утв. Постановлением Правительства РФ от 09.12.2014 № 1342 (далее – **Порядок № 1342**), настоящие Правила регулируют отношения между абонентом и (или) пользователем услуг телефонной связи и оператором связи при оказании услуг местной, внутризоновой, междугородной и международной телефонной связи в сети связи общего пользования, а также при оказании услуг подвижной радиосвязи, услуг подвижной радиотелефонной связи и услуг подвижной спутниковой радиосвязи (далее - подвижная связь) в сети связи общего пользования (далее - услуги телефонной связи).

Согласно п.2 Порядка № 1342 в настоящих Правилах используются следующие понятия:

**абонент** - пользователь услуг телефонной связи, с которым заключен договор об оказании услуг телефонной связи при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации;

**абонентская линия** - линия связи, соединяющая пользовательское (оконечное) оборудование с оконечным элементом сети связи;

**абонентский номер** - **телефонный номер**, однозначно определяющий (идентифицирующий) оконечный элемент сети связи или подключенную к сети подвижной связи абонентскую станцию (абонентское устройство) с установленным в ней (в нем) идентификационным модулем;

**телефонный номер** - последовательность десятичных цифр, соответствующая требованиям, установленным в российской системе и плане нумерации или в международном плане нумерации электросвязи общего пользования, содержащая информацию, необходимую для совершения вызова в сети телефонной связи;

**дополнительный абонентский номер** - телефонный номер, однозначно определяющий (идентифицирующий) технические и программные средства узла связи сети местной телефонной связи, позволяющие осуществлять переадресацию входящих вызовов;

**короткое текстовое сообщение** - сообщение, состоящее из букв и (или) символов и предназначенное для передачи по сети телефонной связи;

**перенесение абонентского номера** - совокупность организационно-технических мероприятий, позволяющих абоненту, которому на основании договора об оказании услуг подвижной связи выделен абонентский номер, сохранить и использовать этот абонентский номер при заключении нового договора с другим оператором связи при соблюдении условий, установленных настоящими Правилами.

Согласно п.23 Порядка № 1342 в договоре должны быть указаны следующие существенные условия:

а) абонентский номер (абонентские номера) или уникальный код идентификации (уникальные коды идентификации);

б) оказываемые услуги телефонной связи.

Согласно п.2 Правил оказания телематических услуг связи, уст. Постановлением Правительства РФ от 31.12.2021 № 2607 (далее – **Правила № 2607**):

**абонент** - пользователь, с которым заключен возмездный договор об оказании телематических услуг связи с выделением уникального кода идентификации (далее - договор об оказании услуг связи);

**пользователь** - пользователь телематических услуг связи являющийся лицом, заказывающим и (или) использующим телематические услуги связи;

**сетевой адрес** - номер из ресурса нумерации сети передачи данных, однозначно определяющий при оказании телематических услуг связи абонентский терминал или средства связи, входящие в информационную систему;

**спам** - телематическое электронное сообщение, предназначенное неопределенному кругу лиц, доставленное абоненту и (или) пользователю без их предварительного согласия и не позволяющее определить отправителя этого сообщения, в том числе ввиду указания в нем несуществующего или фальсифицированного адреса отправителя;

**телематическое электронное сообщение** - одно или несколько сообщений электросвязи, содержащих информацию, структурированную в соответствии с протоколом обмена, поддерживаемым взаимодействующими информационной системой и абонентским терминалом.

Согласно п.1 Правил оказания услуг связи по передаче данных, утв. Постановлением Правительства РФ от 31.12.2021 № 2606 (далее - **Правила № 2606**), настоящие Правила регулируют отношения между абонентом и (или) пользователем услуг связи по передаче данных (далее - пользователь), с одной стороны, и оператором связи, оказывающим услуги связи по передаче данных (далее - оператор связи), с другой стороны, при оказании услуг связи по передаче данных.

Согласно п.2 Правил № 2606 используемые в настоящих Правилах понятия означают следующее:

**абонент** - пользователь услугами связи по передаче данных, с которым заключен договор об оказании услуг связи по передаче данных при выделении для этих целей уникального кода Идентификации (далее - договор об оказании услуг связи);

**абонентский интерфейс** - технико-технологические параметры физических цепей, соединяющих средства связи с оборудованием;

**абонентский терминал** - пользовательское (оконечное) оборудование, используемое абонентом и (или) пользователем для подключения к узлу связи сети передачи данных с помощью абонентской линии.

Услуги связи по передаче данных подразделяются:

на услуги связи по передаче данных, за исключением услуг связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации;

на услуги связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации (п.8 Правил № 2606).

Согласно п.30 Правил № 2606 в договоре об оказании услуг связи, заключаемом в письменной форме, должны быть указаны следующие данные:

д) адрес установки оборудования (в случае установки оборудования, не подлежащего перемещению);

е) вид (тип) оборудования;

ж) технические показатели, характеризующие качество услуг по передаче данных (в том числе полоса пропускания линии связи в сети передачи данных, потери пакетов информации, временные задержки при передаче пакетов информации, достоверность передачи информации).

Согласно п.31 Правил № 2606 в договоре об оказании услуг связи, заключаемом в письменной форме, должны быть указаны следующие существенные условия:

а) используемые абонентские интерфейсы и протоколы передачи данных;

б) оказываемые услуги связи по передаче данных.

При заключении договора об оказании услуг связи в качестве уникального кода идентификации выделение номера из ресурса нумерации географически определяемой или географически не определяемой зоны нумерации не допускается (п.32 Правил № 2606).

**Следовательно, адрес электронной почты – это не способ идентификации пользовательского (оконечного) оборудования, подключенного к сети электросвязи, а также не сетевой адрес.**

Таким образом, **адрес электронной почты [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) не является абонентским номером**, с применением средств выбора и (или) набора которого без участия человека не допускается использование сетей электросвязи согласно ч.2 ст.18 Закона о рекламе, поскольку в ней речь идет об использовании **сетей электросвязи** для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора **исключительно абонентского номера** (автоматическое **дозванивание**, автоматическая **рассылка**).

На основании вышеизложенного, нарушение требований ч.2 ст.18 Закона о рекламе при распространении на электронный почтовый ящик [389890@mail.ru](mailto:389890@mail.ru) с электронного почтового ящика [newsletter@news.ostrovok.ru](mailto:newsletter@news.ostrovok.ru) рекламной информации не установлено.

В соответствии с п.п. «а» п.40 Правил № 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.п. 40, 41 Правил № 1922, Комиссия

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу на основании п.п. «а» п.40 Правил № 1922 прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>