



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

РЕШЕНИЕ

по делу №066/05/18-3381/2023

Резолютивная часть оглашена 25.12.2023

В полном объеме изготовлено 28.12.2023

28.12.2023

г. Екатеринбург

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

председатель Комиссии <...> – заместитель руководителя Управления,

члены Комиссии: <...> – начальник отдела контроля органов власти,

<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти,

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля органов

власти,

при участии:

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

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

АО «АМОЦРМ» (121205, г. Москва, вн. Тер. г. МО Можайский, тер инновационного центра Сколково, Большой б-р, д. 42, стр. 1): <...> (доверенность от 12.10.2023 б/н), <...> (доверенность от 12.10.2023 б/н),

рассмотрев дело №066/05/18-3381/2023 по факту распространения 01.09.2023 в 15:57 на электронный почтовый ящик 389890@mail.ru с электронного почтового ящика po-reply@amoeducation.amocrm.ru письма с рекламой услуг по внедрению системы «amoCRM» без согласия адресата на ее получение с признаками нарушения ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/18-3381/2023 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 26.09.2023 (исх.№ДШ/19230/23 от 27.09.2023) по итогам рассмотрения заявления <...> (вх.№20133-ЭП/23 от 15.09.2023), и назначено к рассмотрению на 25.10.2023. Рассмотрение дела отложено Определением от 25.10.2023 (исх.№ДШ/21486/23 от 30.10.2023) на 24.11.2023, Определением от 24.11.2023 на 25.12.2023.

<...> сообщил (вх.№20133-ЭП/23 от 15.09.2023) следующее: «01» сентября 2023 г. в 15:57 по свердловскому времени на свой адрес электронной почты 389890@mail.ru я получил eMail рекламного характера с адреса «po-reply@amoeducation.amocrm.ru», файл письма в формате eml прилагаю к данному заявлению.

Адрес моей электропочты был получен спамером при заказе флуда через eMail-SMS-call-бомберы другим спамером, который заказал бомбёжку моей почты и телефона автоматическими заявками на регистрацию. Это выглядит так:

Выделить все Отметить все прочитанными

	Взнакомстве	Код для входа в приложение Взнакомстве	Ваш код для входа в приложение: 1...
	Ешка-роллы	[Ешка-роллы] Добро пожаловать!	Камила Камида, Спасибо за регистрацию в ...
	support@amocrm.ru	amocrm: Успешная регистрация	Поздравляем с успешной регистрацией на пр...
	НБКИ-Личный кабинет	Регистрация в личном кабинете НБКИ	Быстро. Удобно. Онлайн Активируйте л...
	Rambler&Co ID	Завершение регистрации профиля Rambler&Co	Завершение регистрации Для...
	Befree	добро пожаловать в befree	добро пожаловать в befree! добро пожаловать в befr...
	НБКИ-Личный кабинет	Регистрация в личном кабинете НБКИ	Быстро. Удобно. Онлайн Активируйте л...
	Ешка-роллы	[Ешка-роллы] Добро пожаловать!	Аглая Аглая, Спасибо за регистрацию в Ешк...
	Взнакомстве	Код для входа в приложение Взнакомстве	Ваш код для входа в приложение: 5...
	Взнакомстве	Код для входа в приложение Взнакомстве	Ваш код для входа в приложение: 5...
	НБКИ-Личный кабинет	Регистрация в личном кабинете НБКИ	Быстро. Удобно. Онлайн Активируйте л...
	LuxuryEstate	Активируйте аккаунт на LuxuryEstate	Благодарим вас за регистрацию на Luxur...
	LuxuryEstate	Активируйте аккаунт на LuxuryEstate	Благодарим вас за регистрацию на Luxur...
	Ешка-роллы	[Ешка-роллы] Добро пожаловать!	Радомира Радомира, Спасибо за регистраци...
	НБКИ-Личный кабинет	Регистрация в личном кабинете НБКИ	Быстро. Удобно. Онлайн Активируйте л...
	Взнакомстве	Код для входа в приложение Взнакомстве	Ваш код для входа в приложение: 9...

Само собой, письма я не открывал и почту не подтверждал.

В соответствии с ч.1 ст.18 Закона о рекламе распространение рекламы допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. Своего согласия на получения данной рекламы мною дано не было ни от физлица, ни от юрлица. Электронный почтовый ящик принадлежит физлицу.

Считаю распространение этой рекламы нарушением Закона о рекламе.

Рекламодателем предположительно является: АО «АМОЦРМ» ОГРН 5157746087681, ИНН 7709477879. 121205, г. Москва, тер. Сколково Инновационного Центра, б-р Большой, д. 42 стр. 1

ООО «АМОЦРМ» рассылает рекламу после бомбинга eMail через попытки регистрации третьими лицами без подтверждения аккаунта с почты.

Я уже написал заявление в Управление по организации борьбы с противоправным использованием информационно-коммуникационных технологий по поводу флуда. А теперь оказалось, что ООО «АМОЦРМ» рассылает рекламу на почты аккаунтов, которые **не подтверждали свой адрес электронной почты нажатием ссылки в письме подтверждения.** Любой человек может ввести ваш eMail, вам придёт письмо, вы его удалите без нажатия в нём ссылок - но ваш адрес всё равно попадёт в базу данных для рекламных рассылок от ООО «АМОЦРМ». Это явное нарушение Закона о рекламе: реклама без согласия получателя.

Я точно не открывал письма и не жал там никакие ссылки. В письме содержится явная реклама.»

<...> дополнительно сообщил (вх.№23691-ЭП/23 от 30.10.2023) следующее: **«Я, <...>, никогда не регистрировался на сайте amocrm.ru. Просто их сайт так устроен, что на нём любые третьи лица могут зарегистрировать чей угодно адрес. Причём автоматически: при помощи программ для флуда. ИТ-дилетанты из АО «АМОЦРМ» своими настройками сайта на протяжении длительного времени помогали флудерам устраивать травлю людей, которые, видимо, до этого вряд ли куда-то обращались (само собой, я был явно не один такой). Потому нужно наказать данное юрлицо по полной. А если обращались, но представители АО «АМОЦРМ» ничего не исправили - значит нужно выдать этому лицу предписание. Все их скриншоты и прочие**

оправдания не доказывают, что регистрировался именно я. Они просто показывают факт регистрации кем-то. Я не нажимал никаких ссылок в письмах, потому что для попадания в списки их автоматических рассылок без участия человека, нарушающих п. 2 ст 18 ФЗ «О рекламе», оказывается, не нужно ничьё подтверждение. Они сами так всё запрограммировали, а это рассылка рекламы по сетям электросвязи без согласия получателя. А значит нарушение закона. Никакой уполномоченный орган не признавал меня вымогателем, как и мои действия - вымогательством. Представители АО «АМОЦРМ» на подобные вердикты полномочий не имеют и могут поместить свои опять же дилетантские обвинения в свои случайные биологические отверстия. У них вообще хоть в чём-то профессионалы есть? Как думаете, они понимают, что не правы? Да всё они понимают. Но не раскаиваются. Бросаются клеветническими обвинениями и дешёвыми скользкими оправданиями. Что касается ссылки об отписки в конце УЖЕ ПРИШЕДШИХ писем - закон меня не обязывает ими пользоваться. К тому же, рекламное письмо с такой ссылкой уже пришло. Уже закон нарушен. Что это? Глупость или умышленная подлость? Думаете, их юристы всего этого не понимали, когда такое писали? А зачем они это тогда писали? На что надеялись? Что это сработает? Серьёзно? Логически получается, что подлецы понанимали к себе в услужение подлецов, которые и глупы, и подлы одновременно. Достойный человек так позориться и унижаться бы не стал (оценочные суждения). Жаль, за подлость нет статьи в законах. Это ещё один довод наказать данное лицо максимально и по полной. А если они не исправят свою гнилую дилетантскую дырявую систему, помогающую неизвестному трусливому быдлу в травле людей, то не исключено, что третьи лица начнут регистрировать на их сайте и другие мои eMail-адреса. А значит обращения в контролирующие органы от меня начнут поступать регулярно до тех пор, пока скрюченные шаловливые ручонки бенефициаров и наёмного персонала АО «АМОЦРМ» не начнут расти из генетически заложенных природой мест и пока их система не начнёт подтверждать вновь регистрируемые адреса перед рассылкой на них рекламы. И проверит уже зарегистрированные. Заметьте: абсолютное большинство интернет-ресурсов нормально высылают всем письма для проверки адреса. Вдруг кто-то ввёл не свой? Это значит, что представители АО «АМОЦРМ» специально приказали разработчикам сайта отменить общепринятую проверку, чтоб рассылка стала нарушением закона. Видимо, плевали они на людей и на законы. По ходу дела, они умышленно нарушили закон, отменив общепринятые настройки. Логика».

12.12.2023 (вх.№27292-ЭП/23) <...> дополнительно сообщил следующее: **«ООО «АМОЦРМ» продолжает рассылать рекламу даже после моего отзыва согласия.** Письмо отзыва от 04 сентября 2023 года прилагаю, как и ещё одно рекламное письмо, чтоб предыдущее не скучало в одиночестве, и чтоб штраф за первый единичный случай не отменили. Пусть это будет второй прецедент с отягчающим обстоятельством: рассылка после письменного отзыва разрешения, хотя я им и так не давал никаких разрешений. Выбрал письмо, которое точно является рекламой, чтоб в кармашек государству точно упал очередной полтинничек. Всё для вас, только работайте. Если надо (первое письмо признаете не рекламой, на чём настаивают спамеры) - вышлю ещё одно такое же. Но лучше побережём на следующий раз через полгода. Спамеры должны пополнять казну, а не свои карманы. Продолжаю утверждать, что я не скачивал никакие их программы и вообще не регистрировался на их сайте. Это сделал кто-то другой. Третьи лица. Потому что они настроили всё так, что это стало возможным. Рассылка рекламы на неподтверждённые адреса email незаконна. Как видите, когда выяснились проблемы в работе их системы регистрации - ничего исправлено не было и письма продолжают приходить. Им плевать. Лучше распластуются в дешёвых отговорках в ответных письмах в ФАС, чем реально исправят проблему. Накажите их пожалуйста по полной.

Приложения:

1. Повторное рекламное спам-письмо уже после запрета высылать мне рекламу и отзыва согласия обработки ПДн.
2. Файл моего письма рекламораспространителю об отзыве моего согласия на использование ПДн. Данное письмо он проигнорировал, продолжая спамить 30 суток спустя в нарушение п.5 ст. 21 ФЗ-152 «О персональных данных» и ч.1 ст.18 Закона о рекламе (Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица,

обратившегося к нему с таким требованием).

АО «АМОЦРМ» в письменных объяснениях (вх.№22460-ЭП/23 от 13.10.2023), а также представители при рассмотрении дела сообщили следующее.

Электронное письмо (в Приложении 1) было получено на электронную почту «389890@mail.ru» 01.09.2023 в 13:57 (по московскому времени) исключительно на этот адрес электронной почты, ровно спустя 168 часов (7 дней) **после прохождения процедуры регистрации на мобильном устройстве**, в ходе которой был указан номер телефона (+79935929465), ФИО (<...>), адрес электронной почты (**389890@mail.ru**). Данные действия подтверждаются снимком экрана панели взаимодействия администратора с пользователем (в Приложении 2).

Также обращено внимание, что данное письмо носит исключительно информационный характер, так как адресовано конкретному лицу, пользователю программы для ЭВМ «АМОЦРМ 2.0», прошедшему регистрацию через официальное приложение и/или на официальном сайте по уникальному URL-адресу (<https://www.amocrm.ru>), ровно через 168 часов после завершения процедуры регистрации. Целью данного письма не являлось привлечение внимания к определенному объекту, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, целью данного письма было информирование зарегистрированного пользователя о наличии у АО «АМОЦРМ» Партнеров. При этом важно учитывать, что АО «АМОЦРМ» не оказывает услуг внедрения и/или «настройки бизнес процессов», согласно лицензионному соглашению, расположенному по уникальному URL-адресу (<https://www.amocrm.ru/agreement/>) АО «АМОЦРМ» является Лицензиаром и предоставляет неисключительное право на использование программы «АМОЦРМ 2.0». Просит также учесть пояснения Федеральной антимонопольной службы, расположенные по уникальному URL-адресу (https://fas.gov.ru/pages/otvety_po_reklame), в которых отмечено, что информационные материалы о Партнерах компании не являются рекламой.

В связи с вышеизложенным АО «АМОЦРМ» считает, что данное электронное письмо не является рекламой.

Однако в случае признания Управлением Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области данной информации рекламой согласно признакам, перечисленным в п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, АО «АМОЦРМ» дополнительно сообщает.

Исходя из правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в п. 15 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя. Как отмечалось ранее, **рекламополучатель должен пройти процедуру регистрации с указанием номера телефона, ФИО, адреса электронной почты, а также должен дать согласие на условия Лицензионного соглашения, расположенного по уникальному URL-адресу (<https://www.amocrm.ru/agreement/>) и согласие на обработку персональных данных путем совершения конклюдентных действий.** Данные сведения подтверждаются снимком экрана (Приложение 2).

Согласно Предисловию к Лицензионному соглашению: «Установка, запуск или иное начало использования Программы означает надлежащее заключение настоящего Соглашения и Ваше полное согласие со всеми его условиями. Если Вы не согласны безоговорочно принять условия настоящего Соглашения, Вы не имеете права использовать Программу».

Обращено внимание, что **п.11.6 Лицензионного соглашения предусмотрено согласие на получение посредством электронной почты, адрес которой пользователь программы «АМОЦРМ 2.0» указывает при регистрации, рекламно-информационных сообщений, касающихся продукции и услуг АО «АМОЦРМ» и его Партнеров.** Согласно п. 11.7 АО «АМОЦРМ» вправе направлять Лицензиату информационные сообщения. АО «АМОЦРМ» также вправе направлять Лицензиату сообщения рекламного характера при условии получения согласия способом, соответствующим требованиям законодательства, либо при условии, что Лицензиат не отказался от получения сообщений рекламного характера при регистрации, либо позднее с использованием соответствующей функциональности.

Данный функционал предусмотрен для пользователя, путем прямого обращения в техническую поддержку, непосредственно в приложении (в Приложении 3).

АО «АМОЦРМ» действует разумно и добросовестно, полагаясь на добросовестность клиентов, которые предоставляют АО «АМОЦРМ» информацию о принадлежащих им адресах электронной почты. Заявитель имел возможность обратиться в АО «АМОЦРМ» с требованием о прекращении направления рекламы, воспользовавшись ссылкой для отказа от рассылки, расположенной внизу письма (в Приложении 2). Однако данной возможностью заявитель не воспользовался. Тот факт, что рекламные сообщения поступили на электронный адрес заявителя не является доказательством вины АО «АМОЦРМ», так как АО «АМОЦРМ» не располагает базой данных о владельцах адресов электронной почты.

Принадлежность адреса электронной почты к персональным данным подтверждается и законодательством в сфере персональных данных, а также принятыми в соответствии с ним подзаконными актами, разъяснениями уполномоченных органов: согласно п. 1 ст. 3 ФЗ № 152 «О персональных данных» персональные данные это любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных).

Таким образом, **действующее законодательство не устанавливает обязанности по проверке предоставляемой клиентами информации о принадлежности им электронных адресов**, с учетом отнесения данных сведений к персональным (Постановление Двадцатого арбитражного апелляционного суда от 02.05.2023 по делу **№А62-8677/2022** (Определением от **20.11.2023** Верховный суд РФ отказал в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам ВС РФ)).

Учитывая предоставленную информацию АО «АМОЦРМ» считает, что **согласие на получение рекламных сообщений было получено от заявителя в полной форме способом, не противоречащим законодательству Российской Федерации.**

Также АО «АМОЦРМ» считает важным сообщить, что **04.09.2023** в 09:07 (по московскому времени), на официальный адрес электронной почты «support@amocrm.ru» в адрес компании АО «АМОЦРМ» **поступила Претензия №20230901 001** (в Приложении 4) и Отзыв согласия на рекламу и обработку персональных данных (в Приложении 5) от <...>, отправленных с адреса электронной почты «389890@mail.ru». В Претензии заявитель обращается одновременно к АО «АМОЦРМ» и ООО «АМОЦРМ» с указанием, что в его адрес была совершена «бомбежка почты», при этом отмечая, что ООО «АМОЦРМ» не получало согласия от Заявителя на отправление ему рекламы. Однако ООО «АМОЦРМ» не является владельцем адреса электронной почты «noreply@amoeducation.amocrm.ru» и не имеет отношение к данному делу, владельцем электронной почты является АО «АМОЦРМ».

Обращено внимание, что заявителем был предложен «альтернативный метод разрешения данного спора». <...> **предложил уплатить по реквизитам, указанным в Претензии сумму в размере 50.000 (пятидесяти тысяч) рублей.** При этом заявитель отдельно отмечает санкцию, предусмотренную ч.1 ст.14.3 КоАП РФ и указание на его дальнейшее обращение в Управление Федеральной антимонопольной службы, а также возможные репутационные и финансовые потери для компании.

АО «АМОЦРМ» усматривает в данной Претензии сведения, позволяющие квалифицировать данное деяние по ч. 1 ст. 168 УК РФ «Вымогательство».

Отдельно сообщено, что при получении Отзыва согласия на рекламу и обработку персональных данных (в Приложении 5), АО «АМОЦРМ» предприняло меры по удалению сведений, составляющих персональные данные пользователя, а также **удалило пользователя из базы данных рекламополучателей 04.09.2023 в 13.35 (по московскому времени), что подтверждается снимком экрана (в Приложении 2).**

<...>

АО «АМОЦРМ» добросовестно исполнило свои обязательства, однако считает, что <...> действовал недобросовестно. Так как он мог воспользоваться функционалом, предусмотренным письмом, нажав на ссылку «не получать больше писем», что автоматически удалило заявителя из базы данных получателей электронных писем от АО «АМОЦРМ» и Партнеров, однако данных

действий не совершил. Согласно п. 1-2 ст. 10 ГК РФ, не допускается осуществление гражданских прав исключительно с намерением причинить вред другому лицу, действия в обход закона с противоправной целью, а также иное заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав. Несоблюдение вышеуказанного требования влечет отказ в защите лицу, допустившему такое злоупотребление.

В качестве доказательств регистрации <...> 25.08.2023 на сайте <https://www.amocrm.ru> представлен следующий скриншот:

<...>

АО «амоЦРМ» в дополнительных письменных объяснениях сообщило (вх.№25423-ЭП/23 от 20.11.2023) следующее.

Согласно ч.3 ст.75 АПК РФ, а также ПП ВС РФ от 23.04.2019 №10 документы и другие сведения, подученные посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», сделанные и заверенные лицами, участвующими в деле, являются допустимыми письменными доказательствами, АО «АМОЦРМ» предоставляет видео файл, на котором отражен процесс регистрации пользователя на сайте компании <https://www.amocrm.ru> посредством мобильного телефона на базе android (в Приложении 1).

<...>

На данном видео зафиксирован процесс скачивания официального приложения amoCRM, которое позволяет зарегистрировать аккаунт на сайте <https://www.amocrm.ru>. В правом нижнем углу показана панель администратора, в которой фиксируется факт регистрации пользователя. Также на данном видео (в правом верхнем углу) демонстрируется почта регистрирующегося лица, на которую сразу после завершения регистрации пользователь получает письмо «об успешном прохождении регистрации» с указанием данных пользователя, а именно логин пользователя, пароль и ссылка для входа в аккаунт пользователя. Форму данного письма можно увидеть на 3.16 минуте видео, а также (в Приложении 2).

При этом нужно отметить, что в процессе регистрации пользователь должен ознакомиться с «Лицензионным соглашением», а также с «Политикой обработки персональных данных». АО «АМОЦРМ» добросовестно осуществляет регистрацию пользователя, согласно Лицензионному соглашению, расположенному по уникальному URL-адресу (<https://www.amocrm.ru/agreement/>), и не имеет возможности отказать в предоставлении доступа и регистрации аккаунта.

Обращено внимание, что после завершения процесса регистрации, всем пользователям, прошедшим данную процедуру, приходит письмо «об успешном прохождении регистрации», в котором содержатся сведения, указанные пользователем (в Приложении 2). На данном этапе АО «АМОЦРМ» производит «уточнение» регистрационных данных (пароль, номер телефона, ФИО), а также корректность работы Программы. Данное письмо не содержит рекламного характера, и направляется исключительно с целью информирования и проверки указанных при регистрации сведений.

Также, в случае неправомерного завладения адресом электронной почты, пользователь может сообщить, что регистрацию он не осуществлял и попросить удаления сведений. Заявитель мог поступить также, сообщив в адрес АО «АМОЦРМ» о неправомерном завладении почты и о «спамбомберах», однако, решил обратиться в правомерные действия АО «АМОЦРМ» в нарушение Закона о рекламе, сообщив о том, что согласие на получение рекламных материалов он не давал. При этом письмо «об успешной регистрации» пришло в адрес Заявителя 25.08.2023 (в Приложении 3), а «информационное» письмо 01.09.2023. Таким образом, Заявитель бездействовал на протяжении 7 календарных дней и не сообщал о неправомерном завладении электронным почтовым ящиком, при этом он не предпринял иных действий по отказу от получения электронных писем.

Учитывая вышеизложенное, а также сведения, отраженные в Объяснении (исх. № 29-09-23/1 от 29.09.23) АО «АМОЦРМ» просит комиссию обратить внимание на ст.41, ч.3.1 ст.70 АПК РФ

(процессуальный эстоппель), аналогичное мнение отражено в Постановлении Арбитражного суда Московского округа от 19.11.2018 №Ф05-20176/2018 по делу №А40-200515/17.

В соответствии с п.1 ст.3 Закона о рекламе под рекламой понимается информация, распространенная любым способом в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование, или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Исходя из правовой позиции ВАС РФ, изложенной в п.15 ПП ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточно для его идентификации и подтверждении волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя,

АО «АМОЦРМ» отмечает, что **согласие от пользователя, указавшего адрес электронной почты 389890@mail.ru, было получено в ходе регистрации посредством принятия условий «Лицензионного соглашения», а также «Политики обработки персональных данных».** Тот факт, что рекламное письмо, предназначенное зарегистрированному пользователю, фактически поступило на электронную почту <...>, не является доказательством вины АО «АМОЦРМ», так как АО «АМОЦРМ» не располагает базой данных о владельцах адресов электронной почты. При этом, **принимая во внимание возможность Заявителя обратиться с сообщением о незаконном завладении адреса электронной почты в АО АМОЦРМ» после получения письма «об успешном прохождении регистрации», а также после получения «информационного письма», учитывая при этом Претензию №20230901_001 от 04.09.2023 в адрес АО «АМОЦРМ», данные действия заявителя выглядят неправомерно.** Дополнительно сообщено, что **в связи с давностью произошедшего АО «АМОЦРМ» не может предоставить log-файлы регистрации пользователя в силу аппаратных особенностей работы Программы.**

21.12.2023 (вх.№28254-ЭП/23) АО «АМОЦРМ» сообщило следующее.

АО «АМОЦРМ» не может предоставить копии материалов (скриншоты, иное), подтверждающих факт использования логина и пароля, высланных на адрес электронной почты 389890@mail.ru письмом от 25.08.2023 «Успешная регистрация», так как **логин и пароль не были использованы пользователем.** Также АО «АМОЦРМ» **не может предоставить IP-адреса устройства, с которого прошел ввод данных при регистрации на сайте https://www.amocrm.ru** в связи с давностью произошедшего и техническими особенностями, позволяющими сохранить log-файлы на протяжении месяца с момента прохождения регистрации.

Однако отмечено, что **согласие пользователя было получено в процессе прохождения регистрации на сайте https://www.amocrm.ru.** А именно, пользователь указал адрес электронной почты (389890@mail.ru). Далее пользователь соглашается с условиями лицензионного соглашения и политикой обработки персональных данных. В этот момент происходит получение согласия пользователя и его идентификация посредством получения персональных данных, свидетельствующих о регистрации пользователя. После завершения процедуры регистрации пользователь получает письмо «об успешном прохождении регистрации» на сервисе amoCRM, при этом в письме отражены данные пользователя, а также пароль и ссылка для использования аккаунта в системе. Поскольку пользователь дает свое согласие на получение рекламных материалов в процессе регистрации с указанием персональных данных, данный способ полностью соответствует законодательству о рекламе. **Тот факт, что электронным адресом воспользовались третьи лица, без ведома владельца адреса электронной почты не презюмирует вину АО «АМОЦРМ», так как согласие пользователя, который зарегистрировался на сервисе amoCRM, было получено надлежащим способом, и при этом у владельца адреса электронной почты была возможность своевременно сообщить АО «АМОЦРМ» о незаконном завладении адресом электронной почты.**

Также АО «АМОЦРМ» отмечает, что в Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что 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.

- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты)

- характеристика, описание лица, его деятельности,

- информация о производимых или реализуемых товарах.

Однако, как было отмечено в более ранних объяснениях, АО «АМОЦРМ» не оказывает услуги по внедрению ПО для ЭВМ «АМОЦРМ 2.0», а также каких-либо услуг по «Совершенствованию бизнес процессов», кроме этого, АО «АМОЦРМ» отмечает, что **круг лиц, которым было направлено письмо, ограничен и определен**, спорное письмо было направлено, ровно через 7 дней после прохождения процедуры регистрации, и получения письма о прохождении такой процедуры.


В связи с этим АО «АМОЦРМ», руководствуясь п.29 Правил №1922, просит Комиссию УФАС по Свердловской области, назначить экспертизу электронного письма, на предмет содержания в нем материалов, позволяющих идентифицировать письмо как рекламу. При этом просит экспертизу принять во внимание письмо «Об успешном прохождении регистрации», а также виды деятельности, которые осуществляет АО «АМОЦРМ».

При рассмотрении дела 24.11.2023 представители АО «АМОЦРМ» сообщили, что <...> проходил регистрацию на сайте дважды, указав одну и ту же электронную почту, но разные номера телефонов: 25.08.2023 и 28.09.2023. Общество удалило пользователя, зарегистрировавшегося 25.08.2023, из базы данных рекламополучателей 04.09.2023 в 13.35 (по московскому времени), при этом, действия по рассылке в отношении пользователя, зарегистрировавшегося 28.09.2023, были приостановлены 12.10.2023, но пользователь не удален, так как отзыва согласия не было.

Между тем, при рассмотрении дела 25.12.2023 представители АО «АМОЦРМ» сообщили, что <...> прошел регистрацию второй раз 21.10.2023. В отношении письма от 07.12.2023 высказали предположение о его фальсификации. Настаивали, что спорное письмо от 01.09.2023 не является рекламой.

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

Материалами дела установлено, что **01.09.2023 в 15:57** на электронный почтовый ящик 389890@mail.ru с электронного почтового ящика no-reply@amoeducation.amocrm.ru поступила информация следующего содержания (далее также – письмо №1):

 Пн 01.09.2023 15:57
amoCRM <no-reply@amoeducation.amocrm.ru>
Оформите заявку на внедрение amoCRM

Кому

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



Здравствуй!

Вы знаете, что вашему бизнесу нужна CRM-система, но продолжаете вести продажи по-старому? Вы ищете отраслевые решения? А может, вы боитесь, что внедрение займет много сил и откладываете задачу на потом?

Внедрить CRM - проще чем кажется. Более чем за 10 лет работы мы накопили десятки тысяч готовых бизнес-решений.

ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ ВНЕДРЕНИЕ АМОСРМ



Партнерская сеть amoCRM обеспечит качественное внедрение в любое время, в любом городе и любого типа сложности.

Как это работает? Всего 5 шагов:

- Оставьте заявку на внедрение
- Получите 5 предложений от разных партнеров
- Выберите свой вариант по реализации и цене
- Внедрите amoCRM в самый короткий срок
 - Начните получать больше денег

Активация WiF
Чтобы активировать

ПОДОБРАТЬ ПАРТНЕРА

С уважением,
команда amoCRM.



E-mail: support@amocrm.ru

Больше информации о нас в [ВКонтакте](#)

Отправлено из amoCRM [Не получать больше писем](#)

Активация WiF

Письмо, поступившее **07.12.2023 в 17:12** на электронный почтовый ящик 389890@mail.ru с электронного почтового ящика support@amocrm.ru содержало следующую информацию (далее также – письмо №2):



Чт 07.12.2023 17:12

amoCRM <support@amocrm.ru>

amoCRM: Тариф Профессиональный в подарок! 🎁

Кому 389890@mail.ru

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

amoCRM.

НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК ОТ АМОСРМ



Мы хотим поделиться с вами замечательной новостью и предложить вам особенный подарок в этом праздничном сезоне! До 31 декабря покупая Расширенный тариф сроком от 1 года, мы дарим тариф **Профессиональный**! Все преимущества с экономией до 9000 рублей за каждого пользователя, а именно:

- Маркетинг-бот. Создание сценариев продаж без программирования
- Нейросеть. Распознавание типовых вопросов клиентов и автоматический ответ на них
- Поиск по истории сделки и беседам
- NPS. Индекс потребительской лояльности
- Статистика в чат-боте. Конверсия по запускам и кликам
- Раздел Покупатели. Настройка индивидуальных сценариев работы и запуск быстрых действий по сегменту
- Карта лояльности. Накопление и списание баллов
- Ваксип данных. Периодическая выгрузка данных вашего аккаунта для защиты и безопасности
- Мониторинг активности пользователей. Отслеживание действий и поведения пользователей в системе

Это идеальный способ начать новый год с максимальной эффективностью и расширить возможности вашего бизнеса!

[ПОЛУЧИТЬ ПОДАРОК](#)

- Акция действует до 31 декабря 2023 года и только на подписку. Акция не распространяется на докупку пользователей. Смена тарифного плана будет произведена после поступления оплаты. [Подробнее описание тарифных планов.](#)

amoCRM.

Вы получили данное письмо, т.к. являетесь зарегистрированным пользователем amoCRM. Мы никогда не злоупотребляем e-mail рассылками, однако если Вы категорично не хотите ничего получать от нас, то просто [отпишитесь от рассылки](#)

109004, Николаямская улица, д. 28/60, стр. 1

E-mail: support@amocrm.ru



Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (п. 1); под **объектом рекламирования** – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (п.2); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке. Реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который **можно индивидуализировать** внутри группы однородных товаров.

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

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

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

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

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

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

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

Комиссия отклоняет довод АО «АМОЦРМ» о не рекламном характере поступившего письма №1, исходя из следующего.

В спорном письме №1, поступившем на электронный почтовый ящик заявителя, указан конкретный хозяйствующий субъект, осуществляющий деятельность под наименованием *«атоCRM» («партнерская сеть атоCRM», «команда атоCRM»*, описано существо предлагаемой услуги (*внедрение CRM-системы для бизнеса*), сообщена контактная информация

(support@amocrm.ru), что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект и его услугу, сформировать к нему интерес с целью его продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя.

Целевым назначением спорной информации вопреки доводам АО «АМОЦРМ» является продвижение продукта «*amoCRM*» на рынке через предоставление получателям информации оставить заявку на внедрение с подбором партнера с указанием таких положительных характеристик услуги и лица, ее оказывающего, как: «*более чем за 10 лет работы мы накопили десятки тысяч готовых бизнес-решений*», «*качественное внедрение в любое время, в любом городе и любого типа сложности*».

В письме №2 содержится реклама акции «*amoCRM*» по покупке тарифа «*Расширенный*» до 31 декабря 2023 г. (в подарок - тариф «*Профессиональный*»).

Довод АО «АМОЦРМ» о не рекламном характере письма №1 со ссылкой на разъяснения ФАС России, поскольку в нем речь идет о партнерах общества, а само АО «АМОЦРМ» указанные услуги не оказывает, также отклонен Комиссией как необоснованный.

В п.9 Руководства по соблюдению обязательных требований «Понятие рекламы», утв. Приказом ФАС России от 14.11.2023 №821/23 (далее – Руководство №821/23), указано, что размещение на официальном сайте компании или мероприятия информации о спонсорах/партнерах с изображением товарных знаков (логотипов) таких спонсоров/партнеров в специальном разделе сайта, посвященном описанию именно спонсоров/партнеров, не является рекламой, если размещенная информация не формирует интерес непосредственно к спонсорам и они не являются самостоятельными объектами рекламирования.

Между тем, в рассматриваемом случае имеет место быть иная ситуация: сведения о наличии партнеров размещены не в специальном разделе на официальном сайте компании, а приведены в электронном письме в качестве положительной характеристики и преимуществ предоставляемой услуги («*5 предложений от разных партнеров*»).

Тот факт, что АО «АМОЦРМ» самостоятельно не оказывает рекламируемую услугу, не является обстоятельством, исключающим рекламный характер письма №1 (прорекламированы услуги партнеров).

В п.3 Руководства №821/23 указано, что при отнесении информации к рекламе необходимо учитывать обстоятельства размещения информации. В свою очередь, наличие факта размещения информации за плату не входит в перечень признаков рекламы, перечисленных в [пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе](#).

Кроме того, по своему содержанию информация, доведенная до заявителя посредством электронных писем, 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**.

Таким образом, под рекламой понимается определенная **неперсонифицированная** информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, **даже если она направляется по определенному адресному списку** (п.3 Руководства №821/23). В рассматриваемом случае в адресный список получателей спорной информации включены все лица, осуществившие регистрацию на сайте <https://www.amocrm.ru>.

Спорные сведения о рекламируемых услугах **носят обобщенный характер**, 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 – *услугам по внедрению CRM-системы для бизнеса от компании atoCRM*, **представляют интерес для неопределенного круга лиц**, в связи с чем являются рекламой.

В соответствии с **ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе** распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если **рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено**.

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

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в **пункте 15** постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его **идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы** от конкретного рекламораспространителя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

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

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

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а **обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя**.

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

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

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

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

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

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

Заявитель указал, что согласия на распространение рекламы на принадлежащий ему электронный почтовый ящик 389890@mail.ru от АО «АМОЦРМ» с электронных почтовых ящиков po-reply@amoeducation.amocrm.ru и support@amocrm.ru не давал, доказательства обратного в материалы дела не представлены.

В материалах дела отсутствуют доказательства наличия согласия <...> на получение рекламы на его электронный адрес 389890@mail.ru от АО «АМОЦРМ», **позволяющие однозначно идентифицировать адресата**. Такие доказательства, в частности, могли быть получены путем отправки АО «АМОЦРМ» проверочного кода на электронный адрес 389890@mail.ru, указанный неустановленным лицом при регистрации на сайте <https://www.amocrm.ru>, который необходимо было бы выслать в ответном письме. Данные действия являются обычаем делового оборота, свидетельствующим о добросовестном поведении лица (рекламораспространителя), имеющего намерение впоследствии проводить рекламные кампании с использованием сетей электросвязи, то есть, использовать полученные контакты (адрес электронной почты, абонентский номер) для распространения рекламы, 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 потребителей от направления в их адрес нежелательной рекламы, связанной с ошибочными либо намеренными действиями третьих лиц по указанию не принадлежащих им контактов, а также в результате халатного бездействия рекламораспространителей, перекладывающих ответственность на клиентов, предоставляющих недостоверную информацию.

Согласно п.2 ст.2 Федерального закона от 29.12.2022 №572-ФЗ «Об осуществлении идентификации и (или) аутентификации физических лиц с использованием биометрических персональных данных, о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации» **аутентификация** - совокупность мероприятий по проверке лица на принадлежность ему идентификаторов посредством сопоставления их со сведениями о лице, которыми располагает лицо, проводящее аутентификацию, и установлению правомерности владения лицом идентификаторами посредством использования аутентифицирующих признаков в рамках процедуры аутентификации, в результате чего лицо считается установленным.

При этом, Комиссия отмечает, что вступившими в законную силу судебными актами по делу №А40-139096/22 (Определение Верховного суда РФ от 21.07.2023) установлено, что обработка адреса электронной почты не является обработкой персональных данных, поскольку **адрес электронной почты как и номер телефона не относятся к персональным данным**. Без наличия дополнительных идентификаторов (фамилии, имени, отчества, номера документа, удостоверяющего личность, ИНН, СНИЛС, даты и места рождения), невозможно по одному лишь адресу электронной почты или номеру телефона определить конкретное физическое лицо,

которому они принадлежат.

Судебные акты по делу №А62-8677/2022, на которые ссылается АО «АМОЦРМ», не содержат выводов об отсутствии необходимости в проведении рекламодателем процедуры аутентификации.

Также Комиссия принимает решение об отказе в удовлетворении ходатайства АО «АМОЦРМ» о проведении экспертизы письма №1 на предмет его отнесения к рекламному, поскольку, согласно **абзацу 4 пункта 28** Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе» оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. Вопрос восприятия рекламы может быть разрешен с позиции рядового потребителя, оценка указанной рекламы не требует специальных познаний.

Таким образом, АО «АМОЦРМ» не доказало получение предварительного согласия <...> на распространение рекламы на его электронный адрес 389890@mail.ru, в связи с чем, спорная реклама распространена с нарушением требований ч.1 ст.18 Закона о рекламе.

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

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

Как следует из информации, размещенной на сайте <https://www.nic.ru/>, регистратором домена amocrm.ru является ООО «Регистратор Р01» (R01-RU).

ООО «Регистратор Р01» сообщило (вх.№20282-ЭП/23 от 18.09.2023), что администратором домена второго уровня **amocrm.ru** с 18.08.2016 и по настоящее время является АО «АМОЦРМ» (ИНН 7709477879).

Положения статьи 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, 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 (**Постановление Верховного Суда Российской Федерации от 24.04.2015 №305-АД15-2693**).

Таким образом, рекламодателем является администратор домена второго уровня amocrm.ru и владелец электронных почтовых ящиков no-reply@amoeducation.amocrm.ru и support@amocrm.ru АО «АМОЦРМ», которое несет ответственность за доступ к принадлежащим ему электронным почтовым ящикам и их использование в целях распространения рекламы.


При этом, Комиссия отмечает следующее. АО «АМОЦРМ» в ходе рассмотрения дела сообщило, что **04.09.2023** в 09:07 (по московскому времени), на официальный адрес электронной почты «support@amocrm.ru» в адрес компании **поступила Претензия №20230901 001** от <...> с адреса электронной почты «389890@mail.ru». Заявителем был предложен «альтернативный метод разрешения данного спора». <...> **предложил уплатить по реквизитам, указанным в Претензии сумму в размере 50.000 (пятидесяти тысяч) рублей.** При этом заявитель отдельно отметил санкцию, предусмотренную ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, с указанием на его дальнейшее обращение в

Управление Федеральной антимонопольной службы, а также возможные репутационные и финансовые потери для компании.

В социальной сети «В Контакте» по адресу https://vk.com/antispam_rus размещена следующая информация:

Как громить спамеров | ВКонтакте

Поиск



Новости клуба охотников на спамеров
web.archive.org

1 118

§ Как громить спамеров
11 ноя в 18:14

Четвёртая выплата от спамеров по претензии

На этот раз это была бухгалтерская фирма. Тоже повадилась рассылать мне свою рекламу. А у меня времени нет громить спамеров так же, как летом. Накопилось 15 писем, чаша терпения лопнула и я включил бухгалтерию в ближайший план. 18 октября я отправил претензию, а 31 октября деньги уже упали на карту.

Итого:

- 10000 руб от 31 мая
- 35000 руб от 07 июля
- 50000 руб от 03 августа
- 50000 руб от 31 октября

Само собой, по правилам Клуба, нельзя публиковать реквизиты чуть более умных спамеров, чем обычные. Сами видите: чаще заполняете шаблоны – спамеры чаще платят по претензиям. Стало меньше времени – выплаты реже.

Теперь я ставлю таймер в почте на 2 недели, хоть в претензиях и пишу до сих пор "7 календарных дней". Заявление на бухгалтеров просто никуда не ушло, я отменил отложенную отправку. Отзывать уже отправленные заявления стало геморно.

Теперь клуб находится по адресу antispam.ru

В сети интернет по адресу <https://legalwiki.livejournal.com/> в посте от 08.08.2023 также содержится созвучная информация.

Факт направления <...> претензий рекламодателям подтвержден копиями таких претензий с реквизитами <...> для перечисления денежных средств, представленных в рамках иных дел, возбужденных Свердловским УФАС России по заявлениям данного физического лица (в делах:

№066/05/18-3094/2023 (<...>), №066/05/18-2383/2023 (ИП <...>), №066/05/18-4237/2022 (ООО «Арткор»), №066/05/18-3860/2023 (ООО «Живой сайт»), №066/05/18-2589/2023 (ООО «Лидер-склад»), №066/05/18-3871/2023 (ООО «Оскели групп»), №066/05/18-2382/2023 (ООО «Финам»), №066/05/18-1689/2023 (<...>, директор ООО «5 Камней»). Претензии направляются на следующем бланке:



Открытый охотничий клуб "Как громить спамеров"

Вы спамер и вы получили досудебную претензию от резидента нашего клуба?
Сначала посетите сайт: psvcon.legalwiki.space

Согласно п.1 и п.2 ст.10 ГК РФ не допускаются осуществление гражданских прав исключительно с намерением причинить вред другому лицу, действия в обход закона с противоправной целью, а также иное заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав (**злоупотребление правом**). В случае несоблюдения требований, предусмотренных **пунктом 1** настоящей статьи, суд, арбитражный суд или третейский суд с учетом характера и последствий допущенного злоупотребления отказывает лицу в защите принадлежащего ему права полностью или частично, а также применяет иные меры, предусмотренные законом.

В Свердловское УФАС России только за истекший период 2023 года от <...> **поступило 75 заявлений** о распространении рекламы без его согласия на принадлежащие ему абонентские номера, причем с установленной переадресацией, и адреса его электронной почты.

При этом, на основании решений антимонопольного органа он **обращается в суды общей юрисдикции за взысканием морального вреда** (например, Псковский городской суд, дело №2-4514/2023).

Свердловскому УФАС России известно о наличии обращений в правоохранительные органы хозяйствующих субъектов, которые расценивают такое поведение <...> как вымогательство.

<...> использует механизм отзыва заявлений о распространении рекламы без его согласия в результате выполнения требований рекламораспространителя по претензии (например, дело №066/05/18-3310/2023 в отношении ООО «Гривна+»). Следовательно, направляя многочисленные жалобы в Свердловское УФАС России, <...> конечной целью ставит личную наживу, фактически **«торгует согласием»**, которое не является оборотоспособным объектом гражданских прав, в чем проявляется злоупотребление правом со стороны <...>.

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.

При рассмотрении дела установлено, что реклама продолжает распространяться на электронный адрес заявителя 389890@mail.ru (письмо №2 от 07.12.2023), в связи с чем, имеется 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.

Учитывая установленные ч.1 ст.37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения 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.

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 услуг по внедрению системы «amoCRM», а также акции «amoCRM» по покупке тарифа «Расширенный», распространенную на электронный почтовый ящик 389890@mail.ru 01.09.2023 в 15:57 с электронного почтового ящика reply@amoeducation.amocrm.ru, 07.12.2023 в 17:12 с электронного почтового ящика support@amocrm.ru, ненадлежащей, нарушающей требования ч.1 ст.18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена без предварительного согласия адресата на получение рекламы.

2. Выдать ООО «АМОЦРМ» Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

3. **Законному представителю АО «АМОЦРМ»** (121205, г. Москва, вн. Тер. г. МО Можайский, тер инновационного центра Сколково, Большой б-р, д. 42, стр. 1) (защитнику) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **29 января 2024 г. в 12 час. 00 мин.** для составления 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.

АО «АМОЦРМ» 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). 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) 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 <...>

<...>

<...>