



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

РЕШЕНИЕ

по делу №066/05/18-127/2024

Резолютивная часть оглашена 14.02.2024

В полном объеме изготовлено 19.02.2024

19.02.2024

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе (Приказ Свердловского УФАС России от 08.06.2023 №248/23, в ред. Приказа от 26.01.2024 №19/24):

председатель Комиссии

<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии

<...> – начальник отдела контроля органов власти,

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

при участии:

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

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

ООО «Смарт Ридинг» (101000, г. Москва, вн.тер.г. МО Басманный, пер. Армянский., д. 9, стр. 1, этаж 3, помещ. № 309/39, ОГРН: 5137746123620, дата присвоения ОГРН: 26.11.2013, ИНН: 7725810407, КПП: 770101001) – <...> (генеральный директор), <...> (доверенность от 21.01.2023 б/н),

рассмотрев дело №066/05/18-127/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения 10.11.2023 в 12:06, 21.11.2023 в 12:06 и 23.11.2023 в 12:10 на электронный почтовый ящик 389890@mail.ru с электронного почтового ящика help@smartreading.ru рекламы компании «Smart Reading» и акций «Новинки от Smart Reading», «Лучшая пятница», «Подписка РБК Pro и образовательная опция «Абонемент на интенсивы» без согласия адресата на получение рекламы с применением автоматической рассылки признаками нарушения ч.1 и ч.2 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/18-127/2024 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 17.01.2024 (исх.№ДШ/682/24 от 17.01.2024) по итогам рассмотрения заявления <...> (вх.№27831-ЭП/23 от 18.12.2023) и назначено к рассмотрению на 14.02.2024 в 12-00 путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо было перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/1015992080>

<...> указал следующее: «*«10» ноября 2023 г. в 12:06 по свердловскому времени на свой адрес электронной почты 389890@mail.ru я получил eMail рекламного характера с адреса «help@smartreading.ru», файл письма в формате .eml прилагаю к данному заявлению.*

«21» ноября 2023 г. в 12:06 по свердловскому времени на свой адрес электронной почты 389890@mail.ru я получил eMail рекламного характера с адреса «help@smartreading.ru».

«23» ноября 2023 г. в 12:10 по свердловскому времени на свой адрес электронной почты 389890@mail.ru я получил eMail рекламного характера с адреса «help@smartreading.ru», файлы следующих писем в формате .eml так же прилагаю к данному заявлению.

Судя по характеру и периодичности писем, рассылка производилась автоматически, что дополнительно к отсутствию моего согласия является нарушением п.2 ст.18 ФЗ «О рекламе». Данная рассылка является последствием флуда, после которого система ООО «Смарт ридинг» начинает рассылку рекламных сообщений без подтверждения адреса электронной почты при регистрации третьими лицами.

Сам флуд вот:

☑ Выделить все

SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Анастасия, приветствую! Бла...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Милера, приветствую! Благо...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Панкратий, приветствую! Бла...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Еремой, приветствую! Благо...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Хасима, приветствую! Благо...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Ольга, приветствую! Благо...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Илонафан, приветствую! Бла...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Венера, приветствую! Благо...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Ивант, приветствую! Благо...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Иерофей, приветствую! Бла...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Виктор, приветствую! Бла...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Радомира, приветствую! Бла...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Ионафан, приветствую! Бла...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Абдуур, приветствую! Благо...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Александрит, приветствую! Бла...	6 ноя
SmartReading.ru	Регистрация в библиотеке Smart Reading	Марк, приветствую! Благо...	6

Рекламодателем предположительно является:

ООО «Смарт ридинг»

ОГРН 5137746123620, ИНН 7725810407

101000, г. Москва, пер Армянский, д. 9, стр. 1, офис 309/39

Само собой, эти письма я не открывал, ни на какие ссылки подтверждения не нажимал и логично, что своего согласия на рекламу не давал. Просто представители «Смарт ридинг» настроили свою систему так, что программа третьих лиц может многократно регистрировать любую почту без ведома её владельца, а потом на неё начинают приходить рекламные предложения без его (владельца) подтверждения. Т. е. без согласия получателя. Вина за такую корявую настройку своего сайта лежит полностью на его владельце - ООО «Смарт ридинг».

Я не регистрировался на их сайте. За меня это сделал кто-то другой, причём многократно и при помощи программы для флуда почты.

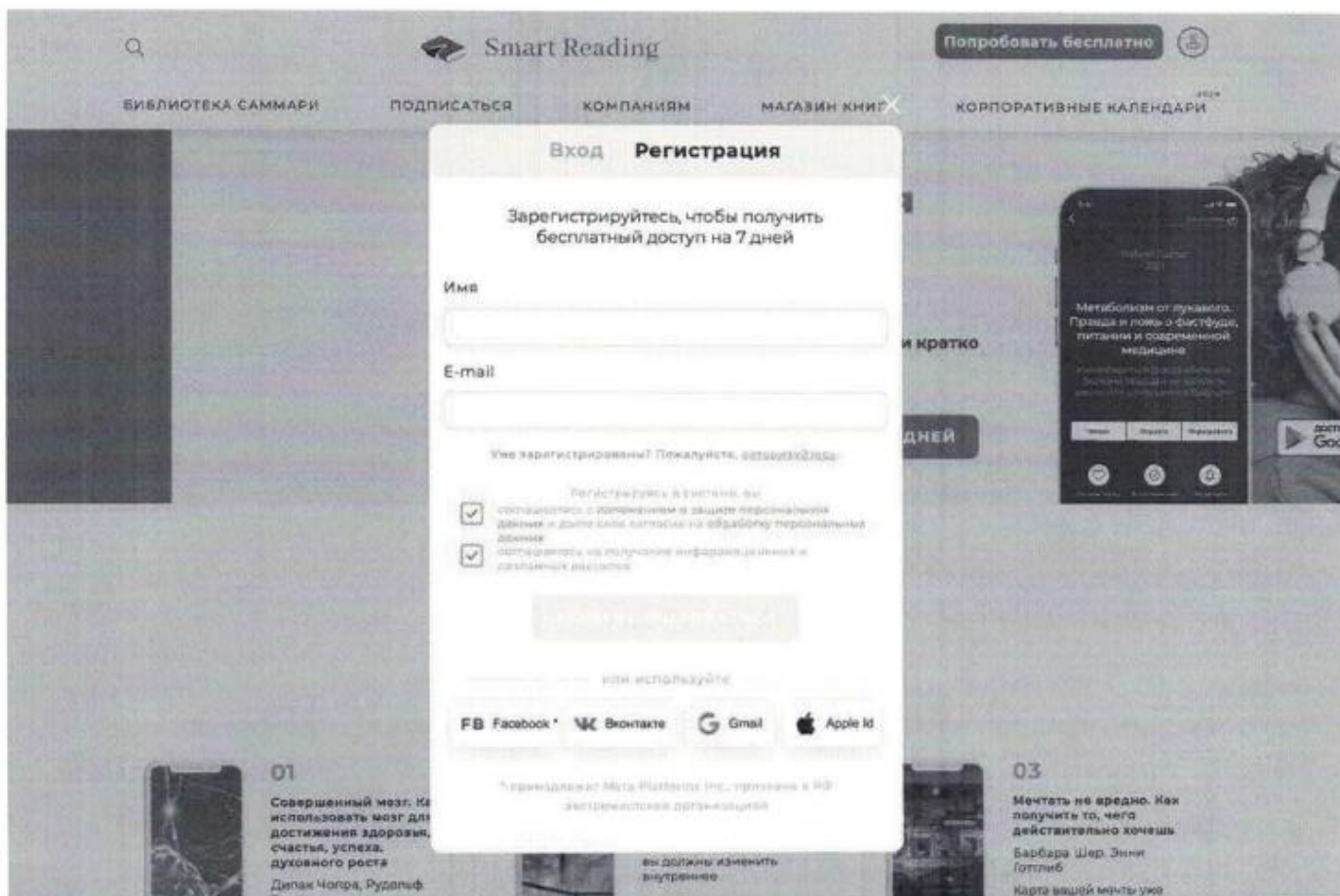
Флуд задействует регистрацию на множестве разных подобных сайтов, но реклама без согласия начинает приходить лишь от некоторых. От тех, кто настроил свои сайты (сервера, системы и тп) с нарушением закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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. Электронный почтовый ящик принадлежит физлицу. Считаю распространение этой рекламы нарушением ФЗ «О рекламе».

ООО «Смарт Ридинг» в письменных объяснениях (вх.№2573-ЭП/24 от 08.02.2024), а также при рассмотрении дела сообщило следующее:

«Факт получения предварительного согласия владельца электронного почтового ящика 389890@mail.ru может быть подтверждён скриншотом стандартной формы регистрации каждого пользователя на нашем сайте (приложении № 1 к пояснениям).



Как видно из приведенной формы, для удобства и быстроты прохождения регистраций, каждому пользователю по умолчанию предлагаются активированной опция на получение рассылок. Однако каждый пользователь собственноручно может отменить проставленную галочку в соответствующем окне под названием «Соглашаюсь и получение информационных и рекламных рассылок».

Очевидно, данный пользователь с почтовым ящиком 389890@mail.ru прошел процедуру регистраций на сайте с активированной опцией на получение рассылки, что также подтверждается скриншотом лог-файла из административной части нашего сайта (приложение №2, седьмая строка).

```
b2c_users [smartreading dev]
1 row
WHERE id = 491544
id          : 491544
email       : 389890@mail.ru
is_b2c      : 1
is_b2b      : 0
comment     : <null>
user_policy_accept_at : 2023-11-07 10:02:34
subscribe_to_emails : 2023-11-07 10:02:34
created_at  : 2023-11-07 10:02:34
updated_at  : 2023-11-07 10:02:34
last_login_at : 2023-11-07 10:02:35
```

Также хотелось бы отметить, что каждый зарегистрированный на нашем сайте пользователь имеет возможность самостоятельно отписаться от получения любых сообщений, как в личном кабинете, так и в каждом письме.

Сведения о стоимости рекламной кампании сообщить не представляется возможным, так как в нашей деятельности отсутствуют какие-либо оплачиваемые рекламные кампании подобного рода.

Сведения о количестве писем другим адресатам 10.11.2023, 21.11.2023, 23.11.2023 с почтового ящика help@smartreading.ru с аналогичным содержанием сообщить не представляется возможным, так как такие письма отсутствуют.

Факт исключения почтового ящика 389890@mail.ru из адресатов наших сообщений подтверждается скриншотом лог-файла из административной части нашего сайта (приложение №.3, последняя строка).

```
subscribers [smartreading dev]
1 row
WHERE user_id = 491544
id          : 289478
user_id     : 491544
email       : 389890@mail.ru
channel     : email
created_at  : 2023-11-07 10:02:34
updated_at  : 2023-11-07 10:02:34
deleted_at  : 2023-12-04 21:12:55
```

Таким образом, указанный пользователь был нами исключен из адресатов 04.12.2024 непосредственно после получения соответствующего требования.

Хотелось бы обратить внимание комиссии на то обстоятельство, что указанный адресат находился в числе пользователей нашего сервиса менее месяца, однако, за это короткое время пытается представить себя жертвой нашей информации, причинившей ему моральный вред. По нашему мнению, данное лицо является профессиональным вымогателем, который сам регистрируется на различных онлайн сервисах исключительно в целях получения рассылок, чтобы в дальнейшем вымогать у коммерческих организаций денежные средства за, якобы, причинённый ему моральный вред. Считаем необходимым привести имевшийся факт вымогательства от нас денежных средств в письме, адресованном данным лицом в нашу организацию, в котором он просил передать ему 50 тыс. рублей за некое досудебное урегулирование конфликта между сторонами (приложение №4). Указанный факт финансовых требований к нам произошел уже после того, как данное лицо было исключено из адресатов наших сообщений, что подтверждает явный умысел данного лица на вымогательство денежных средств у нашей организации».

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

Материалами дела установлено, что 10.11.2023 в 12:06, 21.11.2023 в 12:06 и 23.11.2023 в 12:10 на электронный почтовый ящик 389890@mail.ru с электронного почтового ящика help@smartreading.ru была распространена информация следующего содержания:

№1 от 10.11.2023




Пт 10.11.2023 12:07

Smart Reading <help@smartreading.ru>

Не опоздайте! Последний день скидки 20% +*

Кому 389890@mail.ru

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

 Smart Reading



Ульяна, приветствуем!

Знаем, поток предложений купить в эти дни грозит поглотить, как лавина. Но мы пишем о действительно важной вещи в жизни — отношениях! Конечно, наши новинки будут продаваться и дальше. Но уже не по такой вкусной цене.

Напомним, что специально для вас — наших подписчиков — все еще действует скидка 20% по промокоду NOVINKI20. Сегодня последний день!

- Купить «Отношения. Визуальный гид по любви и дружбе»
- Купить «О тебе, обо мне, о нас. 77+ вопросов подруге и себе, чтобы сохранить дружбу навечно»

Активация Windows

Чтобы не раздумывать больше, познакомьтесь с появляющимися отзывами на «Озоне»:



«С большим удовольствием изучаю книгу. Нравится все от наполнения до исполнения. Листы плотные, глянцевые, красочные и информативные. Есть закладка. Мне кажется, что из всей серии „Чему не учат в школе“ эта книга для меня будет самой любимой. Спасибо всем, кто причастен к ее изданию! Это бриллиант!»

«Озон»



«Я в восторге! Хочу стать подростком и прочитать это в мои 13 лет. Лучшая книга в этом году!»

«Озон»



«Третья книга в серии „Чему не учат в школе“, как всегда — интересная подача материала и актуальные темы про отношения, которые будут интересны и полезны не только подросткам, но и взрослым. Как и предыдущие книги серии — купил ребенку, а читать будем всей семьей».

Без имени, «Озон»

Кстати, об отзывах...

Вы наверняка знаете о программе «Бонус за отзывы» в «Озоне»: вы пишете отзыв и получаете бонус на покупку любого нашего продукта в магазине «Озон». Очень актуально во время сезона подарков.

А авторам **пяти первых** отзывов на книгу «Отношения» или «О тебе, обо мне, о нас» мы пришлем рабочую тетрадь по теме отношений бесплатно. Напишите нам на help-desk@smartreading.ru ваш адрес для доставки и прикрепите скрин отзыва.

КУПИТЬ «ОТНОШЕНИЯ...» С КОДОМ NOVINKI20

КУПИТЬ «О ТЕБЕ, ОБО МНЕ, О НАС...» С КОДОМ NOVINKI20

Полезных покупок,
Команда Smart Reading

Активация Windows

Читайте наш блог



Наши приложения



*принадлежит Meta Platforms Inc., признана в РФ экстремистской организацией.
Copyright © 2023 Smart Reading LTD, All rights reserved. Вы получили это письмо,
поскольку являетесь пользователем сайта Smart Reading.
Если вы не хотите больше получать рассылку нажмите отписаться.

Открыть в браузере



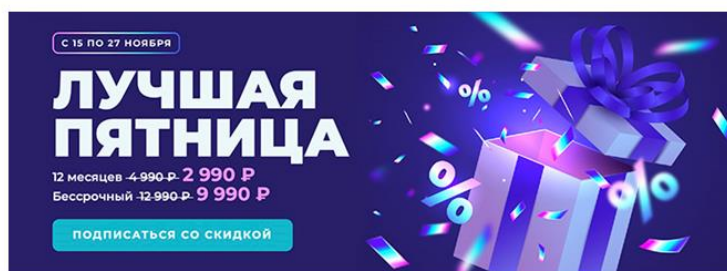
Вт 21.11.2023 12:07

Smart Reading <help@smartreading.ru>

Не пропустите ЛУЧШУЮ ПЯТНИЦУ в году!

Кому 389890@mail.ru

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



Абатур, приветствуем!

За прошедшие дни акции мы приобрели более тысячи новых друзей, которые готовы инвестировать в личное развитие и создавать успех собственными руками.

Успейте подписаться до 27 ноября:

Тариф «12 месяцев» — 2990 руб. вместо 4990 руб.

Тариф «Бессрочный» — 9990 руб. вместо 12990 руб.

ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ

Вот что пишут наши читатели:

«Ваш ресурс предоставляет информацию в основных направлениях значимых для меня знаний. Компактность изложения, качественный аудиоформат и дикторы, хороший подбор источников делают использование вашего ресурса эффективным, удобным и приятным. Давно рекомендую его своим друзьям».

«Я прослушала более 40 книг за первый месяц, столько не читала со времен студенчества. Спасибо огромное за приложение, накачала себе понравившихся книг в память и всю неделю слушаю в метро. С нетерпением жду новинки».

«Обожаю Smart Reading! Вы помогаете мне осилить гораздо больше материала, чем я мог позволить себе раньше».

«Каждый день трачу два часа на перемещение по городу, и ваше приложение — просто находка. Материал подобран очень качественный, особенно интересны работы, которых еще нет в русском переводе. Спасибо за классный продукт!»

Если у вас нет сомнений в необходимости развиваться, но были финансовые ограничения — наше предложение для вас.

До 27.11.23 вы можете купить подписку на год за 2990 руб. или на всю жизнь за 9990 руб.

[ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ](#)

Полезного чтения,
Команда Smart Reading

Читайте наш блог



Наши приложения



*принадлежит Meta Platforms Inc., признана в РФ экстремистской организацией.
Copyright © 2023 Smart Reading LTD, All rights reserved. Вы получили это письмо, поскольку являетесь пользователем сайта Smart Reading.
Если вы не хотите больше получать рассылку нажмите отписаться.

[Открыть в браузере](#)

№3 от 23.11.2023



Чт 23.11.2023 12:11

Smart Reading <help@smartreading.ru>

Как помочь людям измениться? (и себе)

Кому 389890@mail.ru

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

Smart Reading



Как думаете, можно ли помочь человеку, который не готов к переменам, поскольку долгое время был ограничен в возможностях?

- ▶ Да, нужно предложить ему вспомнить про его главные ценности, которые и подскажут, что можно сделать, чтобы изменить ситуацию.
- ▶ Да, нужно предложить ему представить свою жизнь через 10–15 лет.
- ▶ Да, нужно составить для него план действий.
- ▶ Нет, в таких случаях не стоит вмешиваться и навязывать помощь.

[И что же?](#)

Мы то и дело кого-то эмоционально поддерживаем — близких, друзей, коллег. Мы действительно стараемся найти выход, придумываем решения, даем советы и сочувствуем. Но часто замечаем, что наши искренние попытки помочь не работают. Люди оказываются не готовы к переменам, слишком напуганы или слишком ленивы. Но почему? Ведь на самом деле они хотят измениться.



Помогать другому человеку — это искусство. Сегодня оно именуется коучингом



Как помочь людям измениться. Коучинг опереживания для безграничного роста и развития

— заслуженный профессор Case Western Reserve University, преподаватель Школы бизнеса ESADE (Барселона), доктор социальной психологии Гарвардского университета.

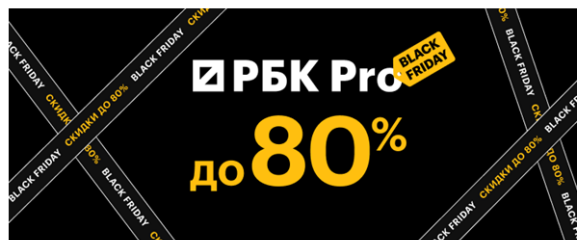
— профессор кафедры

90%

Подавляющее большинство людей не находит времени, чтобы честно ответить на вопросы о том, что их по-настоящему вдохновляет и радует

ОТВЕТИТЬ

МОЖЕТ БЫТЬ ИНТЕРЕСНО



Изучайте новое каждый день и прокачивайте навыки для карьеры и жизни. До 27 ноября 2023 года на подписку РБК Pro и образовательную опцию «Абонемент на интенсивы» скидка до 80%. Каждый месяц вы сможете выбрать интенсив РБК Pro и проходить его в удобном формате — обучайтесь в своем темпе.

[ОФОРМИТЬ СО СКИДКОЙ](#)

Реклама АО "РОСБИЗНЕСКОМПАНИИ" ИНН 7737008974 Erid: 2SDnjepcy8

Читайте наш блог



Наши приложения



*принадлежит Meta Platforms Inc. признана в РФ экстремистской организацией
Copyright © 2023 Smart Reading LTD. All rights reserved. Вы получили это письмо, поскольку являетесь пользователем сайта Smart Reading. Если вы не хотите больше получать рассылку, нажмите отписаться.

[Открыть в браузере](#)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

В спорных письмах, поступивших на электронный почтовый ящик заявителя, указан конкретный хозяйствующий субъект, осуществляющий деятельность под наименованием *Smart Reading*, сообщены сведения о проводимых данным лицом акциях: «*Напомним, что специально для вас – наших подписчиков – все еще действует скидка 20% по промокоду NOVINKI20. Сегодня последний день!*», «*С 15 по 27 ноября Лучшая пятница 12 месяцев 4 999 Р 2 999 Р Бессрочный 12 999 Р 9 9990 Р Подписаться со скидкой*», «*До 27 ноября 2023 года на подписку РБК Pro о образовательную опцию «Абонемент на интенсивы» скидка до 80%... Оформить со скидкой. Реклама АО «Росбизнесконсалтинг ИНН 7737008974 ...*», использованы активные ссылки для перехода на покупку и оформление подписок, что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект и его мероприятия, сформировать к ним интерес с целью продвижения на рынке указанного хозяйствующего субъекта, информация обладает распознаваемостью для потребителя.

Согласно п.3 Руководства по соблюдению обязательных требований «Понятие рекламы», утв. Приказом ФАС России от 14.11.2023 №821/23, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

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 в письме от 10.11.2023 адресат по имени назван как «<...>», от 21.11.2023 «<...>». Между тем, данное обстоятельство не исключает рекламный характер писем, поскольку, спорные сведения о рекламируемом лице и его мероприятиях **носят обобщенный характер**, сообщения не содержат сведений о каком-либо мероприятии, которое предназначалось бы только для заявителя (например, в рамках договорных отношений с ним), направлены на формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования – *Smart Reading и его акциям*, **представляют интерес для неопределенного круга лиц**, в связи с чем являются рекламой, что ООО «Смарт Ридинг» не оспаривается.

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

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 рекламодателя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Заявитель указал, что согласия на распространение рекламы на принадлежащий ему электронный почтовый ящик 389890@mail.ru с электронного почтового ящика help@smartreading.ru не давал, доказательств обратного в материалы дела не представлено.

В материалах дела отсутствуют доказательства наличия согласия <...> на получение рекламы на его электронный адрес 389890@mail.ru от ООО «Смарт Ридинг», **позволяющие однозначно идентифицировать адресата**. Такие доказательства, в частности, могли быть получены путем отправки ООО «Смарт Ридинг» проверочного кода на электронный адрес 389890@mail.ru, указанный неустановленным лицом при заполнении формы регистрации на сайте компании, 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.

Таким образом, ООО «Смарт Ридинг» 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.

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, исходя из характера и периодичности 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 оконечных 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 оконечным 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 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 10.11.2023 в 12:06, 21.11.2023 в 12:06 и 23.11.2023 в 12:10 на электронный почтовый ящик 389890@mail.ru с электронного почтового ящика help@smartreading.ru рекламы компании «Smart Reading» и акций «Новинки от Smart Reading», «Лучшая пятница», «Подписка РБК Pro и образовательная опция «Абонемент на интенсивы» не установлено.

При этом, Комиссия отмечает следующее. ООО «Смарт Ридинг» в ходе рассмотрения дела сообщило о получении **Претензии №20231201 001** от <...>, в которой был предложен «альтернативный метод разрешения 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

9 фев в 11:15

...

Новый рекорд по сумме, законно выбитой из спамера: 95000 руб

Итого:

10000 руб от 31 мая

35000 руб от 07 июля

50000 руб от 03 августа

50000 руб от 31 октября

95000 руб от 07 февраля

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: №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», №066/05/18-3381/2023 (АО «АМОЦРМ»), №066/05/18-3376/2023 (<...>), №066/05/18-72/2024 (ООО «ИНФОСАПР»), №066/05/18-138/2024 (<...>).

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: psycon.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 более 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, между тем, копии процессуальных актов, принятых по итогам рассмотрения таких обращений, в Управлении в настоящее время отсутствуют.

<...> использует механизм отзыва заявлений о распространении рекламы без его согласия в результате выполнения требований рекламодателя 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 <...>.

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 smartreading.ru является RU-CENTER-RU (АО «Региональный Сетевой Информационный Центр»).

АО «РСИЦ» сообщило (вх.№28890-ЭП/23 от 27.12.2023), что администратором домена второго уровня smartreading.ru с 05.12.2013 и по настоящее время является ООО «Смарт Ридинг» (ИНН 7725810407).

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 smartreading.ru и владелец электронного почтового ящика help@smartreading.ru ООО «Смарт Ридинг», которое несет ответственность за доступ к принадлежащему ему электронному почтовому ящику и его использование в целях распространения рекламы.

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

Согласно п. 49 Правил №1922 при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

ООО «Смарт Ридинг» сообщило об исключении электронного почтового ящика 389890@mail.ru из адресатов получателей писем компании, подтвердив указанное соответствующим скриншотом, доказательства обратного <...> не представлены, в связи с чем, отсутствует необходимость в выдаче предписания.

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

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

В соответствии с ч.1 ст.14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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 компании «Smart Reading» и акций «Новинки от Smart Reading», «Лучшая пятница», «Подписка РБК Pro и образовательная опция «Абонемент на интенсивы», распространенную 10.11.2023 в 12:06, 21.11.2023 в 12:06 и 23.11.2023 в 12:10 на электронный почтовый ящик 389890@mail.ru с электронного почтового ящика help@smartreading.ru, ненадлежащей, нарушающей требования ч.1 ст.18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена без предварительного согласия адресата на получение рекламы.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

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

4. **Законному представителю ООО «Смарт Ридинг»** (101000, г. Москва, вн.тер.г. МО Басманный, пер. Армянский, д. 9, стр. 1, этаж 3, помещ. № 309/39, ОГРН: 5137746123620, дата присвоения ОГРН: 26.11.2013, ИНН: 7725810407, КПП: 770101001) (защитнику) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **08 апреля 2024 г. в 10 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, с документами, удостоверяющими личность и служебное положение.

ООО «Смарт Ридинг» 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 (tob66@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 <...>

<...>