



## УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА №066/05/18-2176/2024 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

28 июня 2024 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев заявление <...> (вх.№11434-ЭП/24 от 31.05.2024) о получении 13.05.2024 в 20:46 и в 20:49 на адрес электронной почты [capitalural@ya.ru](mailto:capitalural@ya.ru) и [capitalural@mail.ru](mailto:capitalural@mail.ru) с электронного адреса [info@rif.ru](mailto:info@rif.ru) писем с рекламой мероприятия «РИФ in the City 2024» без предварительного согласия адресата на получение рекламы с признаками нарушения ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

### УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление <...> (вх.№11434-ЭП/24 от 31.05.2024) о получении 13.05.2024 в 20:46 и в 20:49 на адрес электронной почты [capitalural@ya.ru](mailto:capitalural@ya.ru) и [capitalural@mail.ru](mailto:capitalural@mail.ru) с электронного адреса [info@rif.ru](mailto:info@rif.ru) информации следующего содержания:



Пн 13.05.2024 20:46

РИФ 2024 <[info@rif.ru](mailto:info@rif.ru)>

РИФ in the City пройдет на территории парка «Останкино.Fest»

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



Пн 13.05.2024 20:49

РИФ 2024 <[info@rif.ru](mailto:info@rif.ru)>

РИФ in the City пройдет на территории парка «Останкино.Fest»

Кому [capitalural@ya.ru](mailto:capitalural@ya.ru)

## РИФ in the City подготовил для участников новые форматы на территории парка «Останкино.Fest»

С 27 по 28 мая в Москве состоится РИФ in the City 2024 в формате городского интернет-фестиваля на территории парка «Останкино.Fest».

29 мая РИФ будет посвящен теме информационной безопасности в сети и пройдет на площадке iConText Group.

Весенний РИФ — это в первую очередь это встреча единомышленников и мы хотим сформировать новое поколение ИТ-предпринимателей, которые будут делиться с аудиторией достижениями и историями успеха цифровых сервисов и услуг, с которыми мы сталкиваемся ежедневно.



### Что ждет участников РИФ in the City 2024?



#### Питчи для стартапов

Стартапы могут получить возможность пропилотироваться или создать совместный продукт, а также получить возможность инвестирования.

Можно представить свою технологию или продукт по следующим направлениям:

- HR Tech;
- Креативная экономика;
- TravelTech;
- Фин.тех b2b;
- Ритейл-тех.

[Подать заявку](#)



#### Карьерная гостиная

Проект, который дает возможность талантам найти вакансию мечты и построить траекторию своего профессионального развития.

А также:

- карьерные консультации и собеседования с рекрутерами ведущих технологических компаний страны;
- лекции и мастер-классы на тему развития карьеры;
- нетворкинг и новые полезные контакты со специалистами из ИТ и диджитал-сферы.

[Подать заявку](#)



### Программа

**День Технологического лидерства** — первый день только для профессиональной аудитории;

**День Предпринимательства** — второй день для всех желающих познакомиться с Рунетом, понять, как технологии могут быть полезны для их бизнеса;

**День информационной безопасности** — обсудим усилия государства, бизнеса и пользователей по обеспечению безопасности в сети. Пройдет на закрытой площадке iConText Group.

[Подробнее](#)

### ТехноЯрмарка

— Выставка со стендами цифровых сервисов и аналогов иностранных сервисов, которые создали отечественные разработчики.

— Презентации цифровых продуктов

— Викторина, посвященная интернет-достижениям к 30-летию Рунета и памятные призы

Также будут представлены проекты крупных компаний, которые помогут обеспечить технологическое лидерство страны.

[Подробнее](#)

## Стоимость участия



Один день — 3000 рублей



Все дни — 5000 рублей



Участие в РИФ in the City (весна) + РИФ 2024 (осень, Подмосковьё) — 17 000 рублей



Государственные служащие, стартаперы, студенты — ИТ-квота

[Регистрация](#)



Вы получили это письмо, так как подписались на рассылку на сайте РИФ. Если письмо выглядит некорректно, откройте [web-версию](#) письма. Если вы не хотите получать подобные письма, вы можете [отписаться](#) от рассылки. [Политика конфиденциальности](#).

Заявитель указал следующее: «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 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем предположительно является: ООО «Интернет медиа холдинг» ОГРН 1107746625535».

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 электронные почтовые ящики заявителя, указано название мероприятия «РИФ in the City 2024», время и место его проведения – «С 27 по 28 мая в Москве состоится РИФ in the City 2024 в формате городского интернет-фестиваля на территории парка «Останкино.Fest», приведено описание содержания мероприятия («Питчи для стартапов», «Карьерная гостиная», «Программа», «ТехноЯрмарка»), сообщена стоимость участия в нем («Один день – 3 000 рублей» и т.д.), что позволяет выделить конкретное мероприятие, сформировать к нему интерес с целью продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя.

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.

Спорные сведения о рекламируемом мероприятии **носят обобщенный характер**, сообщения не содержат сведений о каком-либо мероприятии, которое предназначалось бы только для заявителя, направлены на формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования – *мероприятию «РИФ in the City 2024»*, **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 распространителю рекламы право на получение согласия абонента в любой форме не свидетельствует о его безграничном усмотрении в разрешении этого вопроса и оканчивается там, где начинаются права абонентов на выражение своего непосредственного согласия на получение рекламы. Обратное же приведет к злоупотреблениям со стороны распространителей рекламы, стремящихся любым способом навязать абоненту возможность распространения со своей стороны рекламы с приданием своим действиям видимости законности, что недопустимо в контексте п. 2 ст. 10 Гражданского кодекса Российской Федерации.

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

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

Для признания надлежащим факта получения 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 принадлежащие ему электронные почтовые ящики [capitalural@ya.ru](mailto:capitalural@ya.ru) и [capitalural@mail.ru](mailto:capitalural@mail.ru) с электронного почтового ящика [info@rif.ru](mailto:info@rif.ru) не давал.

В письмах указано *«Вы получили это письмо, так как подписались на рассылку на сайте РИФ»*.

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.

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.

Согласно данным сайта [www.nic.ru](http://www.nic.ru) регистратором доменного имени rif.ru является REGRU-RU - ООО «Регистратор доменных имен РЕГ.РУ».

ООО «РЕГ.РУ» сообщило (вх.№11845-ЭП/24 от 05.06.2024), что администратором доменного имени rif.ru с 10.11.1997 и по настоящее время является ООО «Интернет Медиа Холдинг» (ИНН 7703725797).

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, предполагаемым рекламодателем является администратор доменного имени gif.ru и владелец электронного почтового ящика [info@rif.ru](mailto:info@rif.ru), которое несет ответственность за доступ к принадлежащему ему электронному почтовому ящику и его использование в целях распространения рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

#### ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №066/05/18-2176/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: <...>;

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

**ООО «Интернет Медиа Холдинг»** (ОГРН: 1107746625535, Дата присвоения ОГРН: 06.08.2010, ИНН: 7703725797, КПП: 770301001, 123557, г. Москва, ул. Пресненский вал, д. 27, стр. 2, эт. 2 пом. IV ком. 2).

3. Назначить дело к рассмотрению на **25 июля 2024 г. в 12 час. 00 мин.** (время местное, московское время 10-00) по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314) путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/5713938738>

Руководство участника видеоконференцсвязи размещено по ссылке: <https://sverdlovsk.fas.gov.ru/news/11212>

Подключение и исправность технических устройств связи необходимо проверить заблаговременно, до начала рассмотрения дела. Документы, подтверждающие полномочие лиц, участвующих в рассмотрении дела, и документы, удостоверяющие их личность, необходимо направить заблаговременно по адресу электронной почты – [to66@fas.gov.ru](mailto:to66@fas.gov.ru) (с сопроводительным письмом, в котором указан номер данного дела и исходящий номер данного определения).

5. **ООО «Интернет Медиа Холдинг»** на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 22 июля 2024 г.** следующие документы и сведения:

1) копии материалов, подтверждающих получение предварительного согласия владельца электронных почтовых ящиков [capitalural@ya.ru](mailto:capitalural@ya.ru) и [capitalural@mail.ru](mailto:capitalural@mail.ru) на получение рекламы с электронного почтового ящика [info@rif.ru](mailto:info@rif.ru) (при наличии);

2) информацию о том, проводилась ли процедура аутентификации лица, подписавшего на рассылку на сайте РИФ с использованием электронных почтовых ящиков [capitalural@ya.ru](mailto:capitalural@ya.ru) и [capitalural@mail.ru](mailto:capitalural@mail.ru) (с приложением копий подтверждающих материалов при наличии);

3) сведения о стоимости рекламной кампании;

4) сведения о количестве писем иным адресатам 13.05.2024 с электронного почтового ящика [info@rif.ru](mailto:info@rif.ru) с аналогичным содержанием;

5) сведения о том, исключены ли электронные почтовые ящики [capitalural@ya.ru](mailto:capitalural@ya.ru) и [capitalural@mail.ru](mailto:capitalural@mail.ru) из базы рассылки в рекламных целях (с приложением подтверждающих материалов, в случае принятия подобных мер);

б) данные о том, получало ли ООО «Интернет Медиа Холдинг» претензию от <...> с предложением об укрывательстве административного правонарушения за откуп (в случае положительного ответа с приложением подтверждающих материалов);

7) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства, а именно, ч.1 ст.18 Закона о рекламе.

б. <...> на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 22 июля 2024 г.** следующие документы и сведения:

1) копию договора с интернет-провайдером, обеспечившим получение 13.05.2024 в 20:46 и в 20:49 на адреса электронной почты [capitalural@ya.ru](mailto:capitalural@ya.ru) и [capitalural@mail.ru](mailto:capitalural@mail.ru) писем с адреса [info@rif.ru](mailto:info@rif.ru);

2) предпринимал ли заявитель действия по уведомлению ООО «Интернет Медиа Холдинг» о нежелании получать рассылку, в том числе, путем нажатия активной ссылки «отписаться от рассылки», а также о том, что действия по подписке на рассылку на сайте РИФ с использованием электронных почтовых ящиков [capitalural@ya.ru](mailto:capitalural@ya.ru) и [capitalural@mail.ru](mailto:capitalural@mail.ru) осуществлял не он (с приложением копий подтверждающих материалов).

*Явка лиц, участвующих в деле, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.*

*Управление информирует о возможности представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов (указать номер дела) 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, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).*

П. 29 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24 ноября 2020 г. № 1922):

Стороны и заинтересованные лица со дня возбуждения дела вправе:

а) знакомиться с материалами дела (за исключением сведений, составляющих государственную и иную охраняемую законом тайну) и делать выписки из них;

б) давать устные и письменные объяснения;

в) представлять доказательства по делу и участвовать в их исследовании;

г) заявлять ходатайства;

д) делать заявления;

е) возражать против заявлений и доводов других лиц;

ж) пользоваться другими правами, предусмотренными законодательством Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>