



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА №066/05/18-3060/2023 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

28 августа 2023 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 физического лица (вх.№14242-ЭП/23 от 30.06.2023) о поступлении на электронный почтовый ящик 389890@mail.ru 08.06.2023 в 22:25 с электронного почтового ящика 22info@forum-2x2.ru и 29.06.2023 в 14:36 с электронного почтового ящика y55ptm@moscow-registration.ru писем с рекламой «Бесплатного 5-дневного онлайн-марафона с <...>» и «Семинара академии Ukids» 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),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх.№14242-ЭП/23 от 30.06.2023) о распространении на его электронный почтовый ящик 389890@mail.ru 08.06.2023 в 22:25 с электронного почтового ящика 22info@forum-2x2.ru (письмо №1) и 29.06.2023 в 14:36 с электронного почтового ящика y55ptm@moscow-registration.ru (письмо №2) информации следующего содержания:

письмо №1



Чт 08.06.2023 22:25

Учись.ру <22info@forum-2x2.ru>

Внимание родители

Кому 389890@mail.ru

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

Ваше персональное приглашение на бесплатный марафон
БЕСПЛАТНЫЙ 5-ДНЕВНЫЙ ОНЛАЙН-МАРАФОН

МАРАФОН МОТИВАЦИИ И ОБУЧЕНИЯ ДЕТЕЙ



БОНУС ЗА РЕГИСТРАЦИЮ:
Чек-лист «5 шагов,
чтобы ребенок учился сам»



Программа марафона

1. Как научить ребенка делать домашку самостоятельно
2. Как построить процесс обучения в школе и дома, чтобы хватало времени на детство
3. Конкретные технологии ускорения обучения в 10 раз
4. Как решить все проблемы с любым обучением раз и навсегда
5. Пошаговый план обеспечения успешного будущего ребенка

Этот марафон для родителей, которые хотят получить комплексное решение проблемы образования ребёнка, а также:

Хотят, чтобы ребёнок самостоятельно справлялся с учёбой как в школе, так и дома
 Хотят знать, что делать, чтобы не волноваться об успехе ребёнка
 Хотят перестать переживать, что ребёнок не хочет учиться, и думают о его будущем
 Хотят доверительных отношений с ребёнком
 Хотят, чтобы обучение проходило с удовольствием, без стрессов и скандалов

Хотят, чтобы обучение проходило с удовольствием, без стрессов и скандалов
 Хотят отказаться от репетиторов навсегда

[Зарегистрироваться](#)

[Отписаться от рассылки](#)

Вы получили это письмо, потому что являетесь подписчиком одной из рассылок.

Письмо №2



Чт 29.06.2023 14:36

Учись.py <v55ptm@moscow-registration.ru>

Ваш ребенок не выпускает телефон из рук?

Кому 389890@mail.ru

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



Ukids

**ВАШ РЕБЕНОК
НЕ ВЫПУСКАЕТ
ТЕЛЕФОН ИЗ РУК?**

**ТЕРЯЕТ МОТИВАЦИЮ К УЧЕБЕ,
СТАНОВИТСЯ ВЯЛЫМ
И РАЗДРАЖИТЕЛЬНЫМ?**

Запишитесь на семинар и всего за 60 минут узнайте методики, как снизить влияние гаджетов в жизни ребенка и получите подарок - неделю обучения в академии Ukids

Какие вопросы мы разберем?

Какие действия со стороны родителя вызывают у ребенка непонимание, агрессию, обиды;
Почему ребенок ленится и жалеет себя при решении бытовых задач;
Как правильно мотивировать ребенка к учебе и саморазвитию;
Какие навыки нужно приобрести ребенку уже сейчас, чтобы в будущем построить успешную карьеру;
Как создать и поддерживать доверительные отношения с ребенком;
Как помочь ребенку найти верных друзей и справиться со школьной травлей без кулаков.

Методики разработаны для детей в возрасте от 6 до 14 лет

ЗАПИСАТЬСЯ

Отписаться от рассылки

  

Заявитель сообщил, что электронный почтовый ящик принадлежит ему как физлицу, согласие на получение данной рекламы он не давал.

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, дано описание мероприятий с указанием конкретных лиц, которые их проводят - «*Бесплатный 5-дневный онлайн-марафон с <...> «Марафон мотивации и обучения детей» и «Семинар академии Ukids «Как снизить влияние гаджетов в жизни ребенка»*», что позволяет выделить конкретные мероприятия и их организаторов, сформировать к ним интерес с целью их 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.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией **ч. 1 ст. 18** Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключаящим рекламный характер

телефонного звонка (Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 11.05.2021 №09АП-8170/2021 по делу №А40-187154/2020).

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к [Закону](#) о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

При этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

При этом в случае направления посредством телефонного звонка/ электронного письма информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о самом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может признаваться рекламой, если она носит обобщенный характер, способна формировать интерес к данному объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила такая информация, но и у иного лица. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение (упоминание имени и отчества абонента), представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

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

Спорные сведения носят обобщенный характер, сообщения не содержат сведений о каком-либо мероприятии, которое предназначалось бы исключительно заявителю, направлены на формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования – *мероприятиям «Бесплатный 5-дневный онлайн-марафон с <...> «Марафон мотивации и обучения детей» и «Семинар академии Ukids «Как снизить влияние гаджетов в жизни ребенка»» и их организаторам*, 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.**

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 с электронных почтовых ящиков 22info@forum-2x2.ru и v55ptm@moscow-registration.ru не давал.

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

Рекламораспространитель - 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.cctld.ru регистратором доменных имен forum-2x2.ru и moscow-registration.ru является ООО «Бегет».

ООО «Бегет» сообщило (вх.№14832-ЭП/23 от 10.07.2023), что владельцем доменного имени forum-2x2.ru с 09.09.2022 по настоящее время и владельцем доменного имени moscow-registration.ru с 29.09.2022 по настоящее время является <...>.

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.

Заявитель указал, что предполагаемыми рекламодателем является ООО «Адванс» (ИНН 7842181720).

В сети интернет содержится информация о рекламируемых посредством спорных писем мероприятиях:

1) на сайте <https://advance-club.ru> (ООО «Адванс», ИНН: 7842181720);

2) на сайте <https://ukids.academy/gadgets> (Академия Ukids, ООО «Юкидс», ИНН 7707454940).

Таким образом, предполагаемым рекламодателем является владелец электронных почтовых ящиков 22info@forum-2x2.ru и v55ptm@moscow-registration.ru <...>, который несет ответственность за доступ к принадлежащему ему электронным почтовым ящикам и их 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 №066/05/18-3060/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: **физическое лицо**;

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: <...>;

- заинтересованные лица:

1) **ООО «Адванс»** (191015, г. Санкт-Петербург, ул. Таврическая, д. 2, литер А, помещение 1Н, ОГРН: 1207800072160, дата присвоения ОГРН: 16.06.2020, ИНН: 7842181720, КПП: 784201001);

2) **ООО «Юкидс»** (107031, г. Москва, ул. Б. Дмитровка, д. 32, стр. 4, помещ. VII, ком. 10, ОГРН: 1217700316360, дата присвоения ОГРН: 06.07.2021, ИНН: 7707454940, КПП: 770701001).

Назначить дело к рассмотрению на **26 сентября 2023 г. в 14 час. 00 мин.** (время местное, московское время 12-00) 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/2090570382>

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 полномочия лиц, участвующих в рассмотрении дела, и документы, удостоверяющие их личность, необходимо направить заблаговременно по адресу электронной почты – to66@fas.gov.ru (с сопроводительным письмом, в котором указать номер данного дела и исходящий номер данного документа).

5. <...> на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок до **21 сентября 2023 г.** следующие документы и сведения:

- 1) копию паспорта (разворот страниц с фотографией и пропиской);
- 2) копии материалов, подтверждающих получение предварительного согласия владельца электронного почтового ящика 389890@mail.ru на получение рекламы с электронных почтовых ящиков 22info@forum-2x2.ru и v55ptm@moscow-registration.ru (при наличии);
- 3) сведения о стоимости рекламной кампании;
- 4) сведения о количестве писем иным адресатам 08.06.2023 с электронного почтового ящика 22info@forum-2x2.ru и 29.06.2023 с электронного почтового ящика v55ptm@moscow-registration.ru с аналогичными предложениями;
- 5) сведения о том, исключен ли электронный почтовый ящик 389890@mail.ru из базы рассылки в рекламных целях (с приложением подтверждающих материалов, в случае принятия подобных мер);
- б) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства, а именно, ч.1 ст.18 Закона о рекламе.

6. **ООО «Аванс», ООО «Юкидс»** на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок до **21 сентября 2023 г.** следующие документы и сведения:

- 1) копии договоров на распространение указанной рекламы со всеми имеющимися приложениями, включая сведения о наличии / отсутствии договорных отношений с <...>;
- 2) письменное пояснение относительно обстоятельств, рассматриваемых в настоящем деле.

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

<...>