



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

РЕШЕНИЕ

по делу № 066/05/18-2826/2022

18.11.2022

г. Екатеринбург

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

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

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

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,

при участии в качестве:

- заявителя – физическое лицо (извещено, не явилось, подключение к видеоконференцсвязи не произведено);

- лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства (рекламораспространители):

1) Индивидуальный предприниматель <...> (ОГРНИП 309667102700031, ИНН 667116335853) – извещен, не явился, подключение к видеоконференцсвязи не произведено;

2) <...> – извещен, не явился, подключение к видеоконференцсвязи не произведено;

3) <...> – сведения об извещении отсутствуют, не явился, подключение к видеоконференцсвязи не произведено,

рассмотрев дело по признакам нарушения ч. 1 и ч. 2 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы посредством звонков на абонентский номер +7(904)... с абонентских номеров +7(984)..., +7(909)... в отсутствие предварительного согласия абонента на ее получение,

УСТАНОВИЛА:

Дело возбуждено определением от 26.08.2022 на основании сведений, содержащихся в заявлении физического лица (вх. № 1490-ЭП/22 от 01.07.2022). Рассмотрение дела определением от 26.08.2022 назначено на 15.09.2022 в 16:00 с отложением до 12.10.2022 в 14:00, до 14.11.2022 в 14:00 путем проведения видеоконференцсвязи с использованием программы «TrueConf». 15.09.2022, 12.10.2022, 14.11.2022 лица, участвующие в деле, в Свердловское УФАС России не явились, подключение к видеоконференцсвязи не произвели.

В Свердловское УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 1490-ЭП/22 от 01.07.2022) о получении заявителем на его абонентский номер +7(904)... следующих звонков: 9029

1) **17.06.2022 в 19:17** с абонентского номера **+7(984)...** следующего содержания:
«Здравствуйте. Я представляю «Яндекс. Маркет». Мы бесплатно помогаем запустить торговлю вашим товаром на нашей площадке. Если вам интересно увеличить продажи через «Яндекс. Маркет», скажите «да» или нажмете «1»»;

2) **23.06.2022 в 19:30** с абонентского номера **+7(909)...** следующего содержания:
– Компания «Sale Winnner». Вы оставляли заявку нашему телефонному боту по вопросу выкупов на маркетплейсах: «Wildberries», «Ozon». Сейчас удобно вам пообщаться?

– А как вы называетесь?

– Компания «Sale Winnner». «SWinnner».

– «SWinnner»?

– Да. Наш телефонный бот звонил. Вы нажали кнопку, что предложение интересно. Вы на маркетплейсах продаете («Wildberries», «Ozon»)?

– Нет.

– А. Вы не продаете на маркетплейсах. Странно. Мне почему-то пришел ваш контакт, что вы интересуетесь продвижением на маркетплейсе.

– swinnner.ru у вас сайт, да?

– Да.

– А вы как... Вы легальный бизнес или как вы?

– Да. А что такое?

– У вас юр. лицо есть, все такое? Не работаете там, где-то из заграницы?

– Нет, мы находимся в Москве и офис в Москве, и склад в Москве, и договоры заключаем с компаниями при сотрудничестве.

– У вас ООО «ВС-Трейд»?

– Все верно. Да, да, да.

– Ну, смотрите в чем проблема. Ваш бот – это нарушение статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

– Угу, так.

– Мне и надо было выяснить. Я для этого и нажал, чтобы выяснить кто вы, чтобы написать на вас заявление.

– Конечно, конечно. Это ваше право.

– Чтобы ваш бот выключили, и вы больше не доставали людей обзвонами по ворованной базе «Wildberries». Вы же по ней обзваниваете людей, правильно?

– Я не знаю. Прошу прощения. Я не знаю.

– А вы точно знаете, что я торгую. Ваш бот просто обзванивает номера телефонов с ворованной базы «Wildberries». <...>

– <...> Я же вас спросила. Ну, в таком случае, хорошего вам дня. Спасибо за звонок. До свидания.

– Подождите. Надо вам выключить бот то.

– Я думаю он больше повторять не будет звонок. Он же один раз звонит и все.

– Нет, вам вообще другим людям звонить нельзя. Это нарушение закона многократное, понимаете?

– Это не я звоню. Прошу прощения. Это же не я звоню.

– Хорошо. А как связаться с тем, кто контролирует обзвон бота?

– Прошу прощения. Даже не знаю, как вам подсказать, помочь. Извините.

– И сайт у вас простейший на «Tilda». Вот «шарашкина контора». Номер директора у вас есть?

– Нет, к сожалению, это коммерческая информация. У меня нет такой. Нет полномочий давать вам номер генерального директора. Прошу прощения.

– Ну, тогда придется не мне все это делать, а ФАС, что лучше – сами думайте.

– Я не знаю. В таком случае, вам удачи. Хорошего вам дня. Спасибо. До свидания».

Заявитель указал, что не давал согласие на распространение указанных звонков на его абонентский номер телефона.

В Федеральном законе от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» под информацией понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п. 1 ст. 2), а под распространением информации – действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9 ст. 2). Информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений (ч. 1 ст. 5). Законодательством РФ могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя (ч. 4 ст. 5).

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 Закона о рекламе).

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

Объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п. 3 ст. 3 Закона о рекламе).

Потребители рекламы – лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (п. 8 ст. 3 Закона о рекламе).

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке, по мнению ФАС России, относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо 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.

Содержание звонков содержит наименование хозяйствующего субъекта, осуществляющего деятельность под наименованием «Яндекс.Маркет», «Sale Winnner»,

«SWinnner», ООО «BC-Трейд», а также информацию об услугах данного лица – продвижение на маркетплейсах.

Рассматриваемая информация, направленная абоненту посредством телефонных звонков, является рекламной, поскольку направлена на привлечение внимания к определенному лицу – компании, осуществляющей деятельность под наименованием «Яндекс.Маркет», «Sale Winnner», «SWinnner», ООО «BC-Трейд», а также услугам, оказываемым данной компанией, которыми заявитель может воспользоваться по своему желанию.

Согласно ч. 1 ст. 50 Гражданского кодекса Российской Федерации основной целью деятельности коммерческой организации является извлечение прибыли.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи является **индивидуализированной по способу распространения**, так как направляется определенным абонентам. В силу специфики способа распространения – по сетям электросвязи, такая индивидуализация – направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер смс-сообщения.

Таким образом, полученный абонентом сетям электросвязи звонок является рекламой.

Факт распространения рассматриваемых звонков на абонентский номер +7(904)... подтверждается детализацией оказанных услуг связи, представленной заявителем, в которой зафиксированы звонки:

- 1) 17.06.2022 в 19:17 с абонентского номера +7(984)..., длительностью 25 сек.;
- 2) 23.06.2022 в 19:30 с абонентского номера +7(909)..., длительностью 3 мин. 2 сек.

АО «МТТ», к ресурсу нумерации которого относится абонентский номер +7(984)..., подтвердило факт совершения исходящего звонка с абонентского номера +7(984)... на абонентский номер +7(904)... (вх. № 2067-ЭП/22 от 07.07.2022, № 3550/22 от 25.07.2022).

ПАО «ВымпелКом», к ресурсу нумерации которого относится абонентский номер +7(909)..., за вх. № 3203-ЭП/22 от 21.07.2022 сообщило, что 23.06.2022 исходящие вызовы с абонентского номера +7(909)...на абонентский номер +7(904)... не осуществлялись.

При этом Комиссия отмечает, что ПАО «ВымпелКом» не представило доказательств отсутствия 23.06.2022 исходящих вызовов с абонентского номера +7(909)...на абонентский номер +7(904)..., тогда как входящий вызов подтверждается представленной заявителем детализацией оказанных услуг связи ООО «Екатеринбург-2000», оснований не доверять которой не имеется.

Кроме того, заявителем в материалы дела представлены аудиозаписи (вх. № 1490-ЭП/22 от 01.07.2022), содержащие записи звонков 17.06.2022 продолжительностью 22 сек., а 23.06.2022 длительностью 2 мин. 56 сек. Сопоставление указанных материалов указывает на то, что фактически продолжительность телефонных соединений, указанных в детализации услуг связи и продолжительность аудиозаписей, представленных заявителем, одинаковы.

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.

Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Согласие абонента может быть выражено в любой форме, **достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя** (абз.4 п.15 Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58).

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.

Как сообщил заявитель в своем обращении, он не давал согласия на распространение ему рассматриваемой рекламы.

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.

Необходимо отметить, что в контексте именно телефонных звонков [статьей 18](#) Закона о рекламе очевидно разграничены два способа получения рекламы абонентом по сетям электросвязи.

Первый способ исходит из частей 1 и 2 статьи 18 Закона о рекламе и предполагает, что рекламораспространитель сам инициирует взаимодействие с абонентом или адресатом, при этом такая инициация разрешена лишь, если потребитель заранее выразил желание получать рекламу от конкретного рекламораспространителя.

Второй способ регулируется частями 3 и 4 статьи 18 Закона о рекламе, при которых абонент сам осуществляет действия, направленные на взаимодействие с рекламораспространителем, и в данном случае согласия абонента на получение рекламы не требуется, а необходимо лишь выполнить определенные условия (после сообщения запрашиваемой справки, бесплатно и т.п.).

Такое особое законодательное регулирование распространения рекламы одним из способов связи (телефонное соединение), постановка такого регулирования в прямую зависимость от субъекта, непосредственно инициирующего взаимодействие (реklamораспространитель или абонент), свидетельствует о вышеуказанной цели регулирования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе – **недопустимости совершения самого телефонного звонка, призванного привлечь внимание к объекту рекламирования**.

Более того, согласно п. 2 Правилах оказания услуг телефонной связи (утв. Постановлением Правительства РФ от 09.12.2014 № 1342 «О порядке оказания услуг телефонной связи», далее – Правила оказания услуг телефонной связи), под телефонным соединением понимается установленное в результате вызова взаимодействие между средствами связи, позволяющее абоненту и (или) пользователю услуг телефонной связи передавать и (или) принимать голосовую и (или) не голосовую информацию.

Исходя из вышеизложенного следует, что в случае, **когда взаимодействие инициируется рекламораспространителем, моментом начала распространения посредством телефонного звонка рекламной информации является момент поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента**, а не момент непосредственного оглашения рекламной информации абоненту. Более того, **реklamораспространитель и не ставит себе иной конечной цели кроме как сформировать интерес к товару (работе, услуге)**.

Обязанность рекламораспространителя предварительно получить согласие абонента на получение рекламы предполагает совершение им действий, направленных на получение

согласия абонента, до начала распространения рекламы по сетям электросвязи, т.е. в случае с распространением рекламы посредством телефонного звонка **до поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента**.

Таким образом, в полной мере реализуется цель законодателя **огранить абонентов от нежелательных звонков**, осуществляемых в рекламных целях, в целом, а **не только от дальнейшего прослушивания рекламной информации** после выражения отказа.

Более того, распространение рекламной информации посредством сетей электросвязи (телефонного звонка) предполагает со стороны рекламораспространителя определение абонентов, которым должен быть совершен телефонный звонок.

При этом, исходя из ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе согласие на получение рекламы должно быть получено именно от абонента телефонного номера.

Более того, как было указано выше, согласие абонента должно быть выражено в форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Таким образом, не имея данных об абоненте, которому выделен телефонный номер, лицо, осуществляющее распространение рекламы, не имело возможности удостовериться в том, что собеседником в телефонном разговоре является именно владелец телефонного номера, а не какое-либо иное лицо, а равно, что абонент желал поступление такого телефонного звонка.

АО «МТТ» в письменных пояснениях (вх. № 2067-ЭП/22 от 07.07.2022, № 3550/22 от 25.07.2022) сообщило, что абонентский номер **+7(984)...** выделен Индивидуальный предприниматель <...> (ОГРНИП 309667102700031, ИНН 667116335853) в соответствии с заключенным Договором № 1703-GNEZDO-2133 от 17.08.2021.

ИП <...> в письменных пояснениях (вх. № 6396-ЭП/22 от 29.08.2022) сообщил, что телефонный номер **+7(984)...** **закреплен за абонентом гр. <...>** (адрес: Краснодарский край, <...>) с 19.04.2022 по договору оказания услуг связи: №79184033567/19/04/22 от 19.04.2022.

<...> в письменных пояснениях (вх. № 9948-ЭП/22 от 17.10.2022) сообщил, что телефонный звонок на номер заявителя **+7(904)...** был осуществлен им. Информация о номере Заявителя была включена в приобретенную <...> базу телефонных номеров на сайте <https://export-base.ru/>. На сайте указано, что база собрана из открытых источников с соблюдением всех необходимых норм по сбору и хранению информации, а значит процедура получения согласия на получение звонков была соблюдена.

Таким образом, ИП <...>. и <...> не представлено какое-либо предварительное согласие абонента **+7(904)...**, выраженное в форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы с абонентского номера **+7(984)...** Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае отсутствовало предварительное согласие абонента на получение рекламы посредством использования телефонной связи.

ПАО «ВымпелКом» в письменных пояснениях (вх. № 3203-ЭП/22 от 21.07.2022) сообщило, что абонентский номер **+7(909)...** является <...> на основании договора об оказании услуг связи № 833810715 от 30.03.2022.

<...> не представлено какое-либо предварительное согласие абонента **+7(904)...**, выраженное в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы с абонентского номера **+7(909)...** Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламораспространитель – <...> не имел предварительного согласия абонента на получение рекламы посредством использования телефонной связи.

В силу **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 дозванивания, автоматической рассылки).

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

По мнению специалистов ФАС России, изложенному в Письме от 26.12.2019 № ДФ/114009/19 «О применении части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», для целей выявления нарушения требования 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» антимонопольным органам необходимо установить факт того, что:

- в ходе осуществления звонка абоненту или направления ему сообщения использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание и автоматическая рассылка);
- осуществление такого звонка абоненту или направление ему такого сообщения осуществлялось для распространения рекламы.

Так, запись телефонного разговора 17.06.2022, предоставленная абонентом антимонопольному органу, содержащая в начале такого разговора воспроизведенный абоненту заранее записанный аудиофрагмент (*«Здравствуйте. Я представляю «Яндекс. Маркет». Мы бесплатно помогаем запустить торговлю вашим товаром на нашей площадке. Если вам интересно увеличить продажи через «Яндекс. Маркет», скажите «да» или нажмите «1»»*), представляющий собой последовательность звуков и/или речь человека (автоматизированная запись), позволяет сделать вывод о том, что в ходе осуществления такого звонка абоненту использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание).

Таким образом, реклама, распространенная **17.06.2022** в 19:17 с абонентского номера **+7(984)...**, распространена с нарушением требований **ч. 1 и ч. 2 ст. 18 Закона о рекламе**, а распространенная **23.06.2022** в 19:30 с абонентского номера **+7(909)...** распространена с нарушением требования **ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе**.

Ответственность за нарушение требований, установленных **ч. 1, 2 ст. 18 Закона о рекламе**, несет **рекламораспространитель** (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

В Правилах оказания услуг телефонной связи используются, в том числе, 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;

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

«пользователь услуг телефонной связи» - лицо, заказывающее и (или) использующее услуги телефонной связи;

«соединение по сети подвижной связи» - телефонное соединение между абонентской станцией (абонентским устройством), подключенной к сети подвижной связи, и пользовательским (окончным) оборудованием, подключенным к сети местной телефонной связи, или абонентской станцией (абонентским устройством), подключенной к сети подвижной связи;

«телефонное соединение» - установленное в результате вызова взаимодействие между средствами связи, позволяющее абоненту и (или) пользователю услуг телефонной связи передавать и (или) принимать голосовую и (или) неголосовую информацию.

Согласно понятиям, используемым в Федеральном законе 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 (п. 1);

идентификационный модуль – электронный носитель информации, который устанавливается 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);

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

Согласно ч. 1 ст. 53 Закона о связи, к сведениям об абонентах относятся фамилия, имя, отчество или псевдоним абонента-гражданина, наименование (фирменное наименование) абонента - юридического лица, фамилия, имя, отчество руководителя и работников этого юридического лица, а также адрес абонента или адрес установки оконечного оборудования, абонентские номера и другие данные, позволяющие идентифицировать абонента или его оконечное оборудование, сведения баз данных систем расчета за оказанные услуги связи, в том числе о соединениях, трафике и платежах абонента.

В силу пп. «а» п. 23 Правил оказания услуг телефонной связи в договоре должен быть указан абонентский номер (абонентские номера) или уникальный код идентификации (уникальные коды идентификации).

Проверка достоверности сведений об абоненте, а также о пользователях услуг связи абонента - юридического лица (индивидуального предпринимателя), согласно п. 113 (2) Правил оказания услуг телефонной связи, осуществляется путем установления:

а) в отношении физического лица - фамилии, имени, отчества (при наличии), даты рождения, а также реквизитов документа, удостоверяющего личность (наименование, серия и номер, дата выдачи, наименование органа, выдавшего документ, или код подразделения);

б) в отношении индивидуального предпринимателя - фамилии, имени, отчества (при наличии), реквизитов документа, удостоверяющего личность (наименование, серия и номер, дата выдачи, наименование органа, выдавшего документ, или код подразделения), а также основного государственного регистрационного номера;

в) в отношении юридического лица - наименования (фирменного наименования) организации, места нахождения, основного государственного регистрационного номера, а также идентификационного номера налогоплательщика.

Подтверждение достоверности сведений об абоненте - юридическом лице (индивидуальном предпринимателе) осуществляется одним из следующих способов (п. 113(4) Правил оказания услуг телефонной связи):

а) представление документов, необходимых для заключения договора в соответствии с настоящими Правилами;

б) использование федеральной государственной информационной системы "Единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме";

в) использование усиленной квалифицированной электронной подписи;

г) использование информационных систем государственных органов при наличии подключения оператора связи к этим системам через единую систему межведомственного электронного взаимодействия.

В случае неподтверждения достоверности сведений об абоненте или о пользователе услуг связи абонента - юридического лица (индивидуального предпринимателя) в соответствии с требованиями Федерального закона «О связи» и настоящими Правилами оператор связи в течение 3 дней со дня получения информации о недостоверности таких сведений информирует абонента или пользователя услуг связи абонента - юридического лица (индивидуального предпринимателя) посредством направления короткого текстового сообщения о необходимости предоставления достоверных сведений об абоненте и (или) пользователе услуг связи абонента - юридического лица (индивидуального предпринимателя) в течение 15 дней со дня информирования (п. 113(6) Правил оказания услуг телефонной связи).

Согласно информации, размещенной на официальном сайте ФГУП ЦНИИС <https://zniis.ru/>, абонентский номер **+7(984)...** относится к ресурсу нумерации оператора связи АО «МТТ».

АО «МТТ» в письменных пояснениях (вх. № 2067-ЭП/22 от 07.07.2022, № 3550/22 от 25.07.2022) сообщило, что абонентский номер **+7(984)...** выделен **Индивидуальному предпринимателю** <...> (ОГРНИП 309667102700031, ИНН 667116335853) в соответствии с заключенным Договором № 1703-GNEZDO-2133 от 17.08.2021.

В соответствии с п. 5.4.17.2 Условия оказания услуг связи Абонент при пользовании телематическими услугами связи и услугами связи по передаче данных, за исключением услуг связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации обязуется препятствовать распространению спама и вредоносного программного обеспечения со своего Абонентского устройства, в том числе: не использовать Услуги для не согласованной предварительно с адресатом(-ами) массовой или одиночной рассылки рекламного, коммерческого или агитационного характера, а также писем, содержащих грубые и оскорбительные выражения и предложения. Под массовой рассылкой подразумевается, как рассылка множеству получателей, так и множественная рассылка одному получателю.

ИП <...> в письменных пояснениях (вх. № 6396-ЭП/22 от 29.08.2022) сообщил следующее.

ИП <...> является оператором связи (лицензии от 14.05.2020 № 182949, 182950, 182951, 182952).

Телефонный номер +7(984)... закреплен за абонентом <...> (адрес: Краснодарский край, <...>) с 19.04.2022 по договору оказания услуг связи: №79184033567/19/04/22 от 19.04.2022.

Согласно тексту договора абонентский номер +7(984)... используется только <...> Соответственно звонки совершал гр. <...> ИП <...> данные абонентские номера в своей деятельности не использует и звонки в адрес Заявителя не осуществлял.

Абонент самостоятельно, без участия ИП <...> формирует телефонные списки получателей звонков, самостоятельно формирует сообщения (сценарии), которые проигрываются абоненту в течение звонка, самостоятельно определяет их длительность и содержание (включая информационные ролики, воспроизводимые при звонках), а ИП <...> предоставляет только техническую возможность для осуществления указанных действий Абонента. ИП <...> не может вмешиваться в деятельность Абонента по обзвону своих клиентов для трансляции своих сообщений. Совершение звонков по заданию Абонентов происходит автоматически. При этом, собственные услуги ИП <...> по спорному звонку не распространял. Услуги, проигрываемые абоненту в спорном звонке ИП <...> не оказывает.

ИП <...> оказывает услуги Центра обработки вызовов (далее – ЦОВ). ЦОВ осуществляет обработку телефонных вызовов абонентов с использованием автоматической системы перераспределения вызовов, компьютерной телефонии или системы интерактивного речевого взаимодействия. При этом при оказании услуги владелец ЦОВ выступает не как оператор связи, а как лицо, оказывающее услуги ЦОВ на базе программно-аппаратного комплекса, позволяющего обеспечить автоматизацию и повышение эффективности работы с большим потоком вызовов с учетом их распределения в соответствии с определенной логикой.

ИП <...> подтверждает установление запрета с 26.08.2022 на вызовы на абонентский номер заявителя +7(904)... путем занесения его в стоп-лист. Это означает, что любой абонент, в том числе и <...> с 26.08.2022 не сможет осуществить звонок заявителю. Скриншот из CRM системы оператора, подтверждающий внесение 26.08.2022 номера +7(904)... в стоп-лист:

<input type="checkbox"/>	Phone	Comment	Created	Updated
<input type="checkbox"/>		жалоба	26 Авг. 2022 г. 14:51	26 Авг. 2022 г. 14:51

Таким образом. ИП <...> предпринял меры по прекращению нарушения <...> законодательства.

Комиссия отмечает, что связанная с «Центром обработки вызовов» деятельность регулируется Правилами применения оборудования **центров обслуживания вызовов** информационно-справочного обслуживания, утв. Приказом Минкомсвязи России от 12.12.2011 № 340, которые устанавливают обязательные требования к параметрам оборудования центров обслуживания вызовов информационно-справочного обслуживания (далее - оборудование ЦОВ), используемого в сети связи общего пользования операторами связи, технологических сетях связи и сетях связи специального назначения в случае их присоединения к сети связи общего пользования. Правила не распространяются на

оборудование ЦОВ, используемых в целях обработки вызовов по единому номеру экстренных оперативных служб.

При этом действующее законодательство содержит понятие «Центр обработки вызовов» только применительно к оборудованию центров обработки вызовов экстренных оперативных служб по единому номеру «112» (далее – ЦОВ-112).

Средства связи, выполняющие функции оборудования ЦОВ-112, предназначаются для приема и обработки поступивших в экстренные оперативные службы по единому номеру «112» телефонных вызовов, коротких текстовых сообщений и обеспечения доступа к информации о месте нахождения пользовательского оборудования (оконечного оборудования) и иной информации, необходимой для обеспечения реагирования по вызову или сообщению о происшествии по единому номеру «112» (п. 5 Правил применения оборудования центров обработки вызовов экстренных оперативных служб, утв. Приказом Минкомсвязи России от 30.11.2015 № 484).

Из представленных ИП <...> пояснений следует, что он оказывает услуги по распространению рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека посредством сервиса «Обзвона.нет», представляющего собой согласно информации на сайте <https://obzvona.net/> сайт в сети «Интернет»

Комиссия определением от 15.09.2022 запрашивала у ИП <...> пояснение относительно регламентации деятельности в форме «Центра обработки вызовов» и относительно соответствия ч. 2 ст. 18 Закона о рекламе (запрет на использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека) сервиса «Обзвона нет» для распространения рекламы, на что **ИП <...> в письменных пояснениях** (вх. № 9456-ЭП/22 от 10.10.2022) сообщил следующее.

Согласно правилам оказания услуг интернет-телефонии (утв. ИП <...>), а именно п. 4.3.8., в котором указано, что абонент обязан: Не использовать Услуги в противоправных целях, а равно не совершать действий, наносящих вред Оператору и (или) третьим лицам, получать все требуемые законодательством согласия и разрешения от третьих лиц при использовании Услуг, не совершать действий, препятствующих нормальному функционированию сети связи, оборудования, программного обеспечения Оператора и третьих лиц, не использовать Услуги без дополнительного письменного согласования с Оператором для проведения лотерей, голосований, конкурсов, викторин, рекламы, опросов, массовых рассылок сообщений и т.п.

ИП <...> добросовестно исходил из получения <...> всех требуемых согласий до использования Услуг в своих целях. ИП <...> не давал разрешения на трансляцию рекламы в адрес неопределённого круга лиц.

В связи с тем, что ИП <...> добросовестно исходил из презумпции законного использования <...> Услуг, у него отсутствовали правовые основания полагать, что <...>. будет использовать Услуги в нарушение действующего законодательства.

Подобная позиция основана на нормах действующего законодательства, а именно на положениях п. 5 ст. 10 Гражданского кодекса Российской Федерации, в соответствии с которыми добросовестность участников гражданских правоотношений и разумность их действий предполагаются.

При получении согласия абонента, распространение в адрес такого абонента предложений уже не будет считаться рекламой, поскольку в силу ст. 3 Закона о рекламе реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная

на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В данном же случае, как было указано выше, ИП <...> добросовестно полагал, что при использовании телефонного номера, <...> получил согласие абонента надлежащим образом, и сам абонент выразил согласие на получение сведений, транслируемых <...>, что уже не будет являться рекламой, поскольку не будет направлено в адрес неопределенного круга лиц.

Прослушивать телефонные звонки <...>. ИП <...> не вправе, т.к. такие звонки охраняются тайной связи. Без соответствующей санкции государственных органов, вмешательство в частные звонки недопустимо.

В соответствии с п.1 и п.2 ст. 63 Закона о связи на территории Российской Федерации гарантируется тайна переписки, телефонных переговоров, почтовых отправлений, телеграфных и иных сообщений, передаваемых по сетям электросвязи и сетям почтовой связи.

Ограничение права на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых отправлений, телеграфных и иных сообщений, передаваемых по сетям электросвязи и сетям почтовой связи, допускается только в случаях, предусмотренных федеральными законами.

2. Операторы связи обязаны обеспечить соблюдение тайны связи.

В соответствии со ст. 64 Закона о связи операторы связи обязаны предоставлять уполномоченным государственным органам, осуществляющим оперативно-розыскную деятельность или обеспечение безопасности Российской Федерации, указанную информацию, информацию о пользователях услугами связи и об оказанных им услугах связи и иную информацию, необходимую для выполнения возложенных на эти органы задач, в случаях, установленных федеральными законами.

В соответствии с ч. 2 ст. 23 Конституции Российской Федерации каждый имеет право на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений. Ограничение этого права допускается только на основании судебного решения.

В соответствии с ч. 2 ст. 23 Конституции Российской Федерации каждый имеет право на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений. Ограничение этого права допускается только на основании судебного решения.

Согласно правовой позиции, сформулированной Конституционным Судом Российской Федерации в определении от 02.10.2003 № 345-0, информацией, составляющей охраняемую Конституцией и действующими на территории Российской Федерации законами тайну телефонных переговоров, считаются любые сведения, передаваемые, сохраняемые и устанавливаемые с помощью телефонной аппаратуры, включая данные о входящих и исходящих сигналах соединения телефонных аппаратов конкретных пользователей связи (детализация переговоров), а для доступа к указанным сведениям органам, осуществляющим оперативно-розыскную деятельность, необходимо получение судебного решения.

Какие-либо обстоятельства или доказательства, позволяющие предположить ИП <...>., что <...> осуществляет транслирование рекламы, до момента получения определения о возбуждении дела, отсутствовали. У ИП <...> отсутствовали доказательства противоправного использования Услуг <...>.

ИП <...> в письменных пояснениях (вх. № 11163-ЭП/22 от 02.11.2022) сообщил следующее.

ИП <...> ни разу не взаимодействовал, в том числе не оказывал никакие услуги абоненту номера +7(909)...(<...>). ИП <...> не оказывал(ет) <...> услуги по использованию сервиса «Обзвона нет» <https://obzvona.net/>. Копию договора между ИП <...> и <...> высылалась в предыдущих своих двух ответах № 168 и № 180.

На основании изложенного, ИП <...> передал абонентский номер +7(984)... <...> на основании договора об оказании услуг связи от 19.04.2022 №79184033567/19/04/22, предметом которого является следующее:

3.1. Оператор на условиях настоящего Договора оказывает, а Абонент оплачивает следующие услуги:

Услуги по передаче данных голосовой информации (ПДГИ) В	Код идентификации: Тип интерфейса: Тип протокола: SIP Оборудование (вид): Пользовательское IP оборудование (SIP) Технические показатели и нормы: Аутентификационные данные Абонента для доступа к Личному кабинету при предоставлении услуг по передаче данных: Логин: - Пароль: одноразовые СМС-пароли Дополнительные услуги: подключаются/отключаются Абонентом через Личный кабинет
Услуги центра обработки вызовов (ЦОВ)	Телефонный номер услуги ЦОВ: 79842151427 Вид (тип) Абонентского (оконечного) оборудования: Пользовательское IP оборудование (SIP) Предоставление услуги не позднее: 19.04.2022 г. Единовременный платеж за организацию доступа к услуге: -руб/шт Тарифный план: Интернет-телефон _физ Стоимость: - (руб/мес)/шт

В соответствии с п. 3.2 договора Оказание Услуг осуществляется по адресу установки пользовательского (оконечного) оборудования, указанного в пункте 1.4 или в пункте 1.3 настоящего Договора при несовпадении адресов, указанных в данных пунктах Договора. Адрес установки Абонентского (оконечного) оборудования согласно п. 1.3 договора: Краснодарский край, <...> (совпадает с адресом регистрации <...>, указанный в п. 1.2 договора.

На основании изложенного, ИП <...>, оказывающий услуги по распространению рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (как пояснил ИП <...>, он оказывает услуги «Центра обработки вызовов», который осуществляет обработку телефонных вызовов абонентов с использованием автоматической системы перераспределения вызовов, компьютерной телефонии или системы интерактивного речевого взаимодействия) и <...>, который непосредственно осуществлял звонки с помощью системы ИП <...>, совместно обеспечили доведение до абонента рекламную информация посредством звонка 17.06.2022 в 19:17 с абонентского номера +7(984)... на абонентский номер +7(904)....

Согласно информации, размещенной на официальном сайте ФГУП ЦНИИС <https://zniis.ru/>, абонентский номер +7(909)...относится к ресурсу нумерации оператора связи ПАО «ВымпелКом».

ПАО «ВымпелКом» в письменных пояснениях (вх. № 3203-ЭП/22 от 21.07.2022) сообщило, что абонентский номер +7(909)...является <...> на основании договора об оказании услуг связи № 833810715 от 30.03.2022.

<...> запрошенных документов и сведений не представил.

Таким образом, **рекламораспространителями** рассматриваемых рекламных звонков являются:

- 1) **Индивидуальный** <...> (ОГРНИП 309667102700031, ИНН 667116335853), звонка, распространенного 17.06.2022 в 19:17;
- 2) <...>, звонка, распространенного 17.06.2022 в 19:17;
- 3) <...>, звонка, распространенного 23.06.2022 в 19:30.

ИП <...> сообщил об установлении запрета с 26.08.2022 на вызовы на абонентский номер заявителя +7(904)... путем занесения его в стоп-лист. Скриншот из CRM системы оператора, подтверждающий внесение 26.08.2022 номера +7(904)... в стоп-лист:

<input type="checkbox"/>	Phone	Comment	Created	Updated
<input type="checkbox"/>	+79045441654	жалоба	26 Авг. 2022 г. 14:51	26 Авг. 2022 г. 14:51

Информация о продолжении звонков с абонентских номеров +7(984)..., +7(909)... в Свердловское УФАС России от заявителя не поступала, 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.

Нарушение рекламного законодательства образует событие предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административного правонарушения.

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.

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.

Учитывая установленные ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), 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 правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30).

При этом необходимо учитывать, что 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, 11 и 12 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 12 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства (п. 4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58).

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.

Согласно ч. 3 ст. 25.15 КоАП РФ, место нахождения юридического лица, его филиала или представительства определяется на основании выписки из единого государственного реестра юридических лиц. Если юридическое лицо, участвующее в производстве по делу об административном правонарушении, ведет дело через представителя, извещение также направляется по месту нахождения (месту жительства) представителя.

КоАП РФ не содержит оговорок о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно. Следовательно, извещение может быть осуществлено каким-либо иным способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (п. 24.1 Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено 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 КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 25.5 КоАП РФ, 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.

Руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу услуг по продвижению на маркетплейсах, распространенную на абонентский номер +7(904)... посредством звонков:

1) **17.06.2022** в 19:17 с абонентского номера **+7(984)**... с нарушением требований:

- ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена без предварительного согласия абонента на получение рекламы;

- ч. 2 ст. 18 Закона о рекламе, поскольку распространена с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозванивания),

2) **23.06.2022** в 19:30 с абонентского номера **+7(909)**...с нарушением требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, поскольку распространена без предварительного согласия абонента на получение рекламы.

2. Предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы не выдавать.

3. **Индивидуальному предпринимателю** <...> надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **13 декабря 2022 г. в 15 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, с документами, удостоверяющими личность и служебное положение, и **в срок до 8 декабря 2022 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;

- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

4. <...> надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **13 декабря 2022 г. в 16 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, с документами, удостоверяющими личность и служебное положение, и **в срок до 8 декабря 2022 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;

- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

5. <...> надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **13 декабря 2022 г. в 17 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, с документами, удостоверяющими личность и служебное положение, и **в срок до 8 декабря 2022 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;

- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

Копии документов должны быть заверены надлежащим образом, направлены с приложением сопроводительного письма (с указанием перечня прилагаемых документов, количества листов и экземпляров). В случае невозможности представления каких-либо

перечисленных документов и сведений, необходимо представить письменные объяснения о причинах такого отсутствия.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

В соответствии с ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ в случае неявки физического лица, или законного представителя физического лица, в отношении которых ведется производство по делу об административном правонарушении, если они извещены в установленном порядке, протокол об административном правонарушении составляется в их отсутствие.

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>