

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПИСЬМО

от 31 октября 2013 г. N АК/43077/13

О РЕКЛАМЕ ПОСРЕДСТВОМ СМС-СООБЩЕНИЙ

Согласно части 1 статьи 18 Федерального 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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

В настоящее время участились случаи обращения в антимонопольные органы с заявлениями о поступлении нежелательной рекламы путем СМС-сообщений.

Для установления нарушения указанной нормы антимонопольному органу необходимо обладать достаточными доказательствами. К таким доказательствам относятся: заявление абонента о получении им рекламы посредством электронной связи (с указанием номера телефона, на который поступило СМС-сообщение, а также номера телефона или буквенного обозначения, с которого поступила реклама), изображение рекламы, поступившей абоненту (фотография, скан-копия СМС-сообщения и т.п.), подтверждение факта поступления рекламы абоненту (например, детализация услуг связи от оператора, содержащая указание на факт соответствующего соединения), информация об отсутствии согласия абонента на получение такой рекламы, сведения о лице (лицах), распространивших указанную рекламу.

При этом согласно пункту 13 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 N 508, в случае невозможности предоставления доказательств, свидетельствующих о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, заявитель вправе указать лицо или орган, от которого могут быть получены такие доказательства.

В силу специфики нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона "О рекламе" антимонопольный орган не может самостоятельно получить информацию о поступлении абоненту СМС-сообщения и изображение такого сообщения, а также об отсутствии согласия абонента на его получение.

При этом сведения, подтверждающие факт поступления рекламы абоненту (детализацию услуг связи от оператора, содержащую указание на факт соответствующего соединения), а также сведения о лице (лицах), распространивших указанную рекламу, антимонопольный орган вправе установить самостоятельно, запросив сведения у соответствующих лиц.

Вместе с тем, поскольку сведения о соединениях конкретного абонента определенного номера телефона по сетям электросвязи составляют тайну связи, для направления соответствующих запросов и получения необходимой информации антимонопольному органу требуется получение согласия абонента на получение антимонопольным органом необходимых сведений от оператора связи, оказывающего абоненту услуги связи, о факте поступления нежелательного СМС-сообщения и о лице, его направившем, следующего содержания:

"Я, ФИО, серия и номер паспорта, даю согласие на получение ФАС России информации о детализации счета, телефонных соединениях, СМС-сообщениях, иных переданных данных на/от абонентский номер телефона в сети оператора сотовой связи название оператора сотовой связи."

ФАС России информирует, что в настоящее время разработана программа-приложение для мобильных телефонов, работающих на программе Android, позволяющая гражданам при получении нежелательного СМС-сообщения с рекламой автоматически отправлять заявление о

данном факте в ФАС России (программа РосСпам). При этом к такому заявлению в автоматическом режиме присоединяется изображение СМС-сообщения, а также фотография (скан-копия) согласия гражданина на получение информации о его телефонных соединениях. В указанном заявлении также содержится почтовый адрес гражданина, а также информация об операторе связи, оказывающем гражданину услуги связи.

В случае отсутствия в приложении к заявлению гражданина детализации от оператора связи, оказывающего ему услуги связи, об оказанных услугах, в том числе о получении рекламного СМС-сообщения, указанного в обращении гражданина, антимонопольный орган может запросить у оператора связи, указанного в обращении, информацию о том, с какого номера и от какого лица (в случае нахождения данного номера в объеме нумерации, выделенной данному оператору связи) поступило СМС-сообщение, или о том, какому оператору связи принадлежит номер, с которого поступило СМС-сообщение (для дальнейшего запроса у данного оператора связи сведений о лице, которому был передан данный номер). При отсутствии в заявлении гражданина указания оператора связи данную информацию можно получить на сайте Россвязи по адресу http://www.rossvyaz.ru/activity/num_resurs/registerNum/.

В случае отсутствия в приложении к заявлению гражданина детализации от оператора связи об оказанных услугах, или согласия гражданина на получение информации о его телефонных соединениях, антимонопольный орган будет лишен возможности направить соответствующий запрос оператору связи, в связи с чем в ответ на такое заявление гражданину готовится разъяснение о порядке подачи в антимонопольный орган заявления о признаках нарушения статьи 18 Федерального закона "О рекламе".

Аналогично следует направлять гражданину соответствующие разъяснения о невозможности возбуждения дела в случае поступления заявления, в котором отсутствует фотография (изображение) поступившего СМС-сообщения с нежелательной рекламой.

В случае поступления в ФАС России заявления гражданина о нежелательной рекламе, поступившей путем СМС-сообщения, ФАС России направляет данное заявление в территориальный орган ФАС России по месту жительства гражданина для рассмотрения по существу.

Одновременно ФАС России в связи с поступлением значительного числа заявлений, сформированных с помощью программы РосСпам, рекомендует территориальным органам по данным фактам возбуждать дело об административном правонарушении без возбуждения дела по признакам нарушения законодательства о рекламе с целью более оперативного привлечения к административной ответственности виновных лиц.
