



## ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

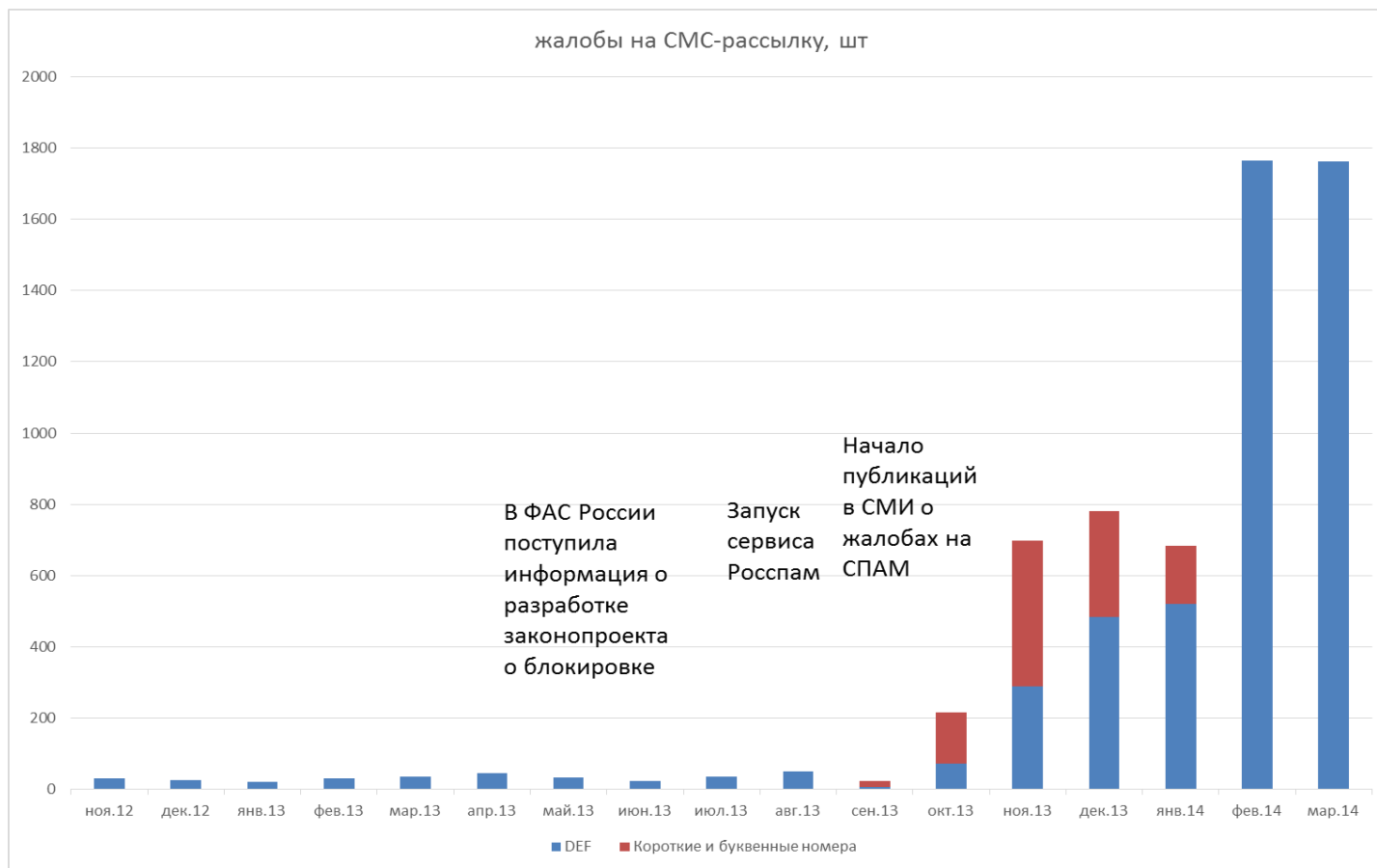
### СПАМ (по сетям сотовой связи) – меры защиты, блокировки, аспекты применения антимонопольного законодательства

Е.А. Заева, заместитель начальника управления контроля  
транспорта и связи ФАС России

г. Казань, 31 марта 2015 г.

# Рынок СМС-рассылки – изменение функционирования

*Распространение рекламы по сетям электросвязи допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы – Федеральный закон «О рекламе»*



Жалобы рассматриваются антимонопольными органами на соответствие требованиям Закона о рекламе.

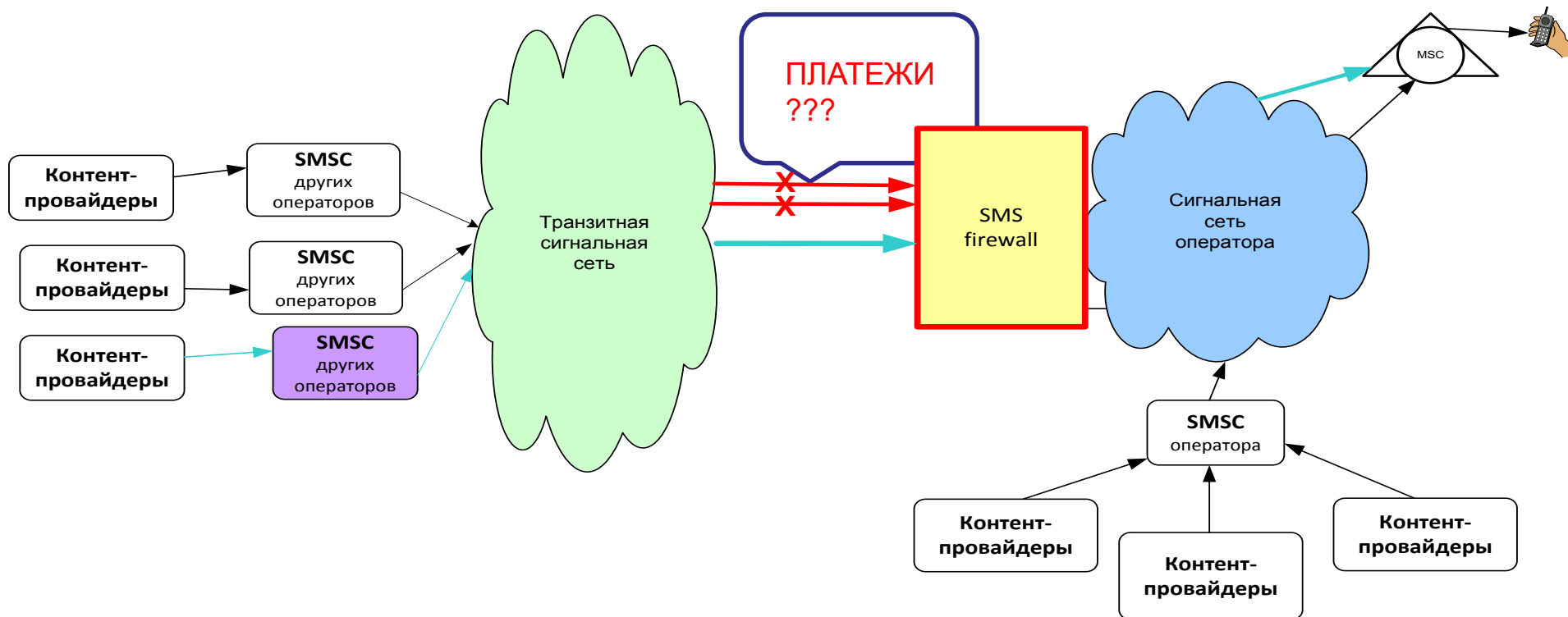
**Ответственность:**  
статья 14.3 КоАП  
100 – 500 тыс.  
руб.

# Рынок СМС-рассылки – изменение функционирования

В ноябре 2013 года 3 из 6 операторов сотовой связи ввели блокировку трафика по сигнальным каналам (СМС), поступающего от других операторов связи.

Пропуск трафика осуществляется на основании специальных договоров

**Пропуск трафика СМС-рассылки монетизирован операторами связи, абонентам которых она предназначена**



21 октября 2014 года вступил в силу Федеральный закон от 21.07.2014 № 272-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон «О связи», который устанавливает:

- Признаки рассылки:
  - автоматическая передача,
  - с коротких и буквенных номеров,
  - Передача сообщений не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи;
- Запрет на осуществление рассылки без согласия абонента;
- Осуществление рассылки на основании договора с оператором связи, абонентам которого предназначена рассылка;
- Обязанность оператора связи прекратить рассылку с указанного абонентом номера.

В результате изменений функционирования рынка СМС-рассылок, закрепленных федеральным законом:

- Рассылка осуществляется только на основании договора рассылки с оператором связи, в адрес абонентов которого осуществляется рассылка – созданы возможности для контроля рассылки путем контроля исполнения договоров рассылки;
- Операторы, ранее обеспечивающие «дешевую» СМС-рассылку на сети всех операторов связи по договорам присоединения и пропуска трафика, прекратили оказание этих услуг;
- Цены на услуги СМС-рассылки выросли в среднем по рынку с 0,05 руб. до 0,40 руб. за сообщение.

# Контроль- пресечение СПАМ

Федеральный закон от 21.07.2014 N 272-ФЗ

**рассылка** по сети подвижной радиотелефонной связи - **автоматическая передача абонентам коротких текстовых сообщений** (сообщений, состоящих из букв и (или) символов, набранных в определенной последовательности) по сети подвижной радиотелефонной связи или передача абонентам коротких текстовых сообщений **с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации,** а также сообщений, передача которых **не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи**

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «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

рекламораспространитель - **лицо, осуществляющее распространение рекламы** любым способом, в любой форме и с использованием любых средств



# Контроль - пресечение СПАМ

Федеральный закон от 21.07.2014 № 272-ФЗ

Рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента

**Рассылка осуществляется на основании договора, заключенного с оператором связи, абоненту которого предназначена рассылка. Предметом договора являются услуги по осуществлению рассылки.**

Абонент вправе обратиться к оператору с требованием о прекращении рассылки.

Оператор подвижной радиотелефонной связи без взимания платы с абонента обязан прекратить рассылку

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»

Распространение рекламы по сетям электросвязи допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.

Не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

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

? Оператор связи – рекламораспространитель?

? Информация, распространяемая по сетям электросвязи, является рекламой?

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВАС РФ от 24 июля 2014 г. N ВАС-9069/14:

«...условия договора .. (об оказании услуг связи) содержат прямой запрет абоненту на использование телефонных номеров для ...массовых рассылок.

При этом антимонопольный орган не исследовал вопрос о том, обладало ли общество информацией именно о распространении рекламы, могло ли обладать такой информацией с учетом ограничений, установленных для операторов связи действующим законодательством, имело ли возможность вмешательства (прекращения) в распространение рекламы».



Письмо ФАС России № АК/49919/14 от 05.12.2014

О применении новых положений Закона о связи для оценки правомерности рекламных рассылок:

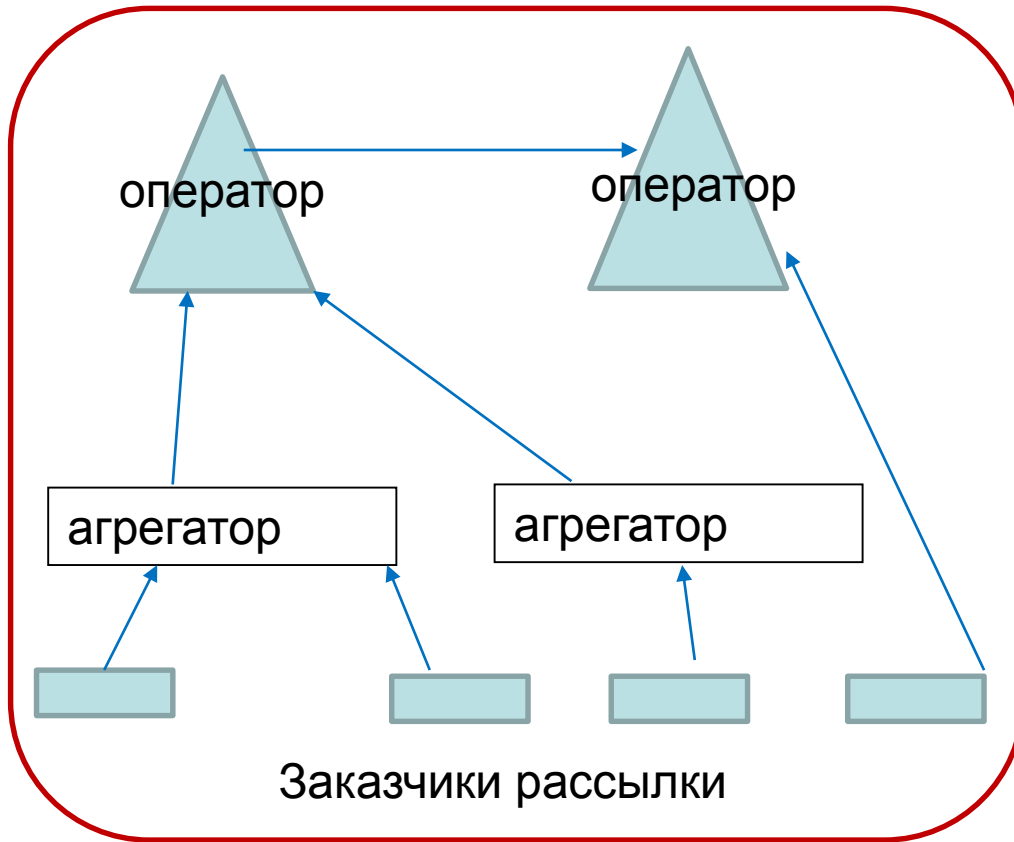
«оператор связи абонента, которому предназначена рассылка, выполняет не только функции доставки сообщения, но также обеспечивает направление сообщения в сеть электросвязи, соответственно имеет правовую и техническую возможность оценить содержание сообщения, в том числе наличие у сообщения рекламного характера, и проверить у заказчика рассылки наличие согласия абонента на получение такой рассылки».

Вывод – в случаях осуществления рассылки сообщений рекламного характера при условиях, указанных в статье 2 Федерального закона «О связи», оператор связи может признаваться рекламораспространителем.

# Функционирование рынка рассылки сообщений

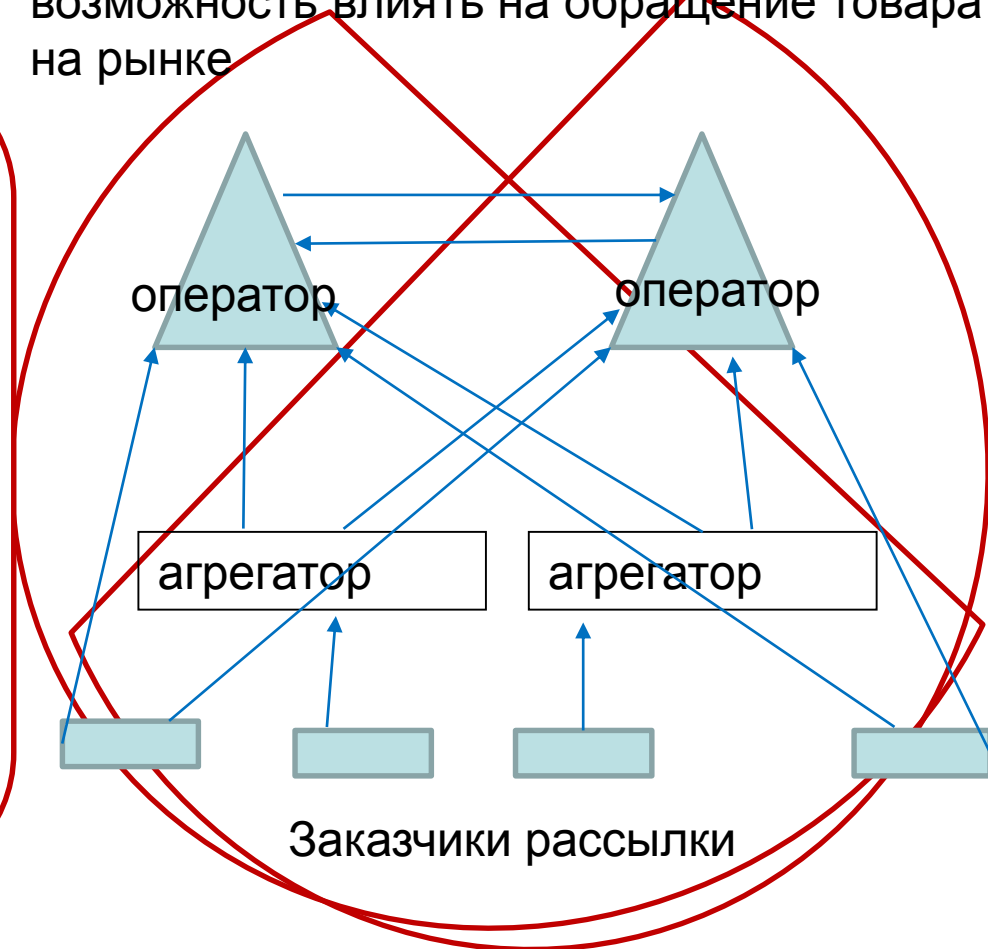
До вступления в силу Федерального закона от 21.07.2014 N 272-ФЗ

У каждого из операторов нет возможности влиять на обращение товара на рынке



После вступления в силу Федерального закона от 21.07.2014 N 272-ФЗ

У каждого из операторов есть возможность влиять на обращение товара на рынке



Статья 5 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»:

*Доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта (группы лиц) или нескольких хозяйствующих субъектов (групп лиц) на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту (группе лиц) или таким хозяйствующим субъектам (группам лиц) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.*

Каждый в отдельности оператор связи на рынке рассылки для своих абонентов может определять:

- Цену на рынке;
- Условия функционирования агрегаторов рассылки на рынке;
- Условия потребления товара на рынке для заказчиков рассылки.

КАЖДЫЙ ИЗ ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ ЗАНИМАЕТ ДОМИНИРУЮЩЕЕ  
ПОЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ РАССЫЛКИ

- Для хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарном рынке, частью 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции установлены ограничения:
- Не допускается злоупотребление доминирующим положением, то есть действия (бездействие), которые приводят или могут привести к ограничению конкуренции или ущемлению интересов иных лиц.

В обороте товара участвуют:

- Операторы связи
- Агрегаторы
- Заказчики рассылки

Деятельность участников рынка рассылки оказывает влияние на абонентов

*Ответственность за злоупотребление доминирующим положением установлена статьей 14.31 КоАП*

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!