

## РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/18-15080/2022

«08» декабря 2022 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/18-15080/2022, возбужденное в отношении ИП Газизова Р.А. (ИНН 027319210255) по факту распространения на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания:

*«-Компания ММТ, меня зовут Александр, подскажите, пожалуйста, вы посещали наш сайт ММТ, интересовались на сайте услугами телефонии для бизнеса ?*

*-К чему этот вопрос, никогда не интересовался Коллеги из маркетинга передали, поэтому хотел уточнить. А можете подсказать, вас могли бы услуги телефонии для бизнеса заинтересовать от нашей компании?*

*-Вас как зовут.?*

*-Александр.*

*-Александр, очень приятно, меня зовут Николай, еще раз с какой компании вы звоните?*

*-Я вам звоню от компании МТТ, Межрегиональный ТранзитТелеком, хотел бы уточнить посещали наш сайт или нет...»,* поступившей 06 июля 2022 г. в 16:58 с номера +79587619042, с признаками нарушения части 1 статьи 18 закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении 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,

в отсутствие представителей ИП Газизова Р.А., ОАО «МТТ», ООО «ВР Технологии» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-15080/2022 возбуждено в отношении ИП Газизова Р.А. на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания:

*«-Компания ММТ, меня зовут Александр, подскажите, пожалуйста, вы посещали наш сайт ММТ, интересовались на сайте услугами телефонии для бизнеса ?*

*-К чему этот вопрос, никогда не интересовался Коллеги из маркетинга передали, поэтому хотел уточнить. А можете подсказать, вас могли бы услуги телефонии для бизнеса заинтересовать от нашей компании?*

*-Вас как зовут.?*

*-Александр.*

*-Александр, очень приятно, меня зовут Николай, еще раз с какой компании вы звоните?*

*-Я вам звоню от компании МТТ, Межрегиональный ТранзитТелеком, хотел бы уточнить посещали наш сайт или нет...», поступившей 06 июля 2022 г. в 16:58 с номера +79587619042.*

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно материалам дела спорная реклама на номер телефона <...> поступила 06 июля 2022 г. в 16:58 с номера +79587619042.

Поступление указанной рекламы на телефонный номер <...> подтверждается аудиозаписью телефонного разговора, содержащей текст рассматриваемого звонка, а также детализированной выпиской,

представленной заявителем и оператором связи.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126 ФЗ «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; электросвязь — любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

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, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

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 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 обобщённый 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 неопределённого круга лиц и являются рекламой.

В материалы дела не представлены доказательства, свидетельствующие о распространении рассматриваемой информации исключительно в адрес одного лица — заявителя. Сам по себе текст телефонного разговора не содержит сведений, позволяющих говорить о персональной направленности телефонного разговора.

Резюмируя изложенное, Комиссия установила, что рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Данная информация направлена на привлечение внимания к услугам телекоммуникационной компании, провайдера интеллектуальных решений для малого и среднего бизнеса, поддержание интереса к ним и их посещение, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

Таким образом, на основании вышеизложенного, Комиссия установила, что информация, распространенная посредством осуществления на

номер телефона

<...> телефонного звонка, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с частью 1 статьи 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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Однако 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 рекламодателя. 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.

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 рекламодателя.

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера <...>, согласие на получение рекламы он не давал. Доказательств обратного в материалах дела не представлено.

Комиссия считает необходимым 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 рекламодатель сам инициирует взаимодействие с абонентом или адресатом, при этом такая инициация разрешена лишь если потребитель заранее выразил желание получать рекламу от конкретного рекламодателя.

Второй способ регулируется частями 3 и 4 статьи 18 Закона о рекламе, при которых абонент сам осуществляет действия, направленные на взаимодействие с рекламодателем, 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 (рекламодатель или абонент), свидетельствует о вышеуказанной цели регулирования части 1 статьи 18 Закона о рекламе — недопустимости совершения самого телефонного звонка, призванного привлечь внимание к объекту рекламирования.

Более того, согласно пункту 2 Правил оказания услуг телефонной связи, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 09.12.2014 № 1342, 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 рекламодателем, 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, рекламодатель не ставит себе иной конечной цели кроме как сформировать интерес к товару (работе, услуге).

Обязанность рекламодателя 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 оградить 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 части 1 статьи 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.

В материалы дела ООО «ВР Технологии» представлен скриншот e-mail-сообщения, из которого следует, что поступила заявка с формы на сайте bit-web.ru от пользователя «<...>» и номер телефона «...».

По мнению ООО «ВР Технологии», данный пользователь заполнил заявку на указанном сайте и автоматически согласился с условиями, указанными в согласии на обработку персональных данных и в политике обработки персональных данных, в том числе в целях установления обратной связи оператора и его партнеров посредством телефонных звонков.

Комиссия Управления критически оценивает предусмотренный Обществом способ получения согласия на направление пользователю рекламы посредством телефонного звонка, поскольку из представленного скриншота не следует, что пользователь согласился

на получение рекламы.

В рассматриваемом случае полученное ООО «ВР Технологии» согласие заявителя на рассылку информационных сообщений, не давало Обществу права направлять ему сообщения рекламного характера.

Также в своих пояснениях ООО «ВР Технологии» не представило документальные доказательства заполнения абонентом телефонного номера заявки на сайте bit-web.ru. Самостоятельно Комиссии не удалось посмотреть данный сайт, так как он не работает.

При этом, оценивая представленное в материалы дела письменное описание процесса заполнения заявки пользователем, Комиссия не находит оснований считать ее согласием со стороны абонента на получение именно рекламной информации, ввиду следующего.

Положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности распространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы. По мнению Комиссии Московского УФАС России, включение обязательного условия о даче согласия при заключении договора на оказание каких-либо услуг, в данном случае — оформления заявки на кредит, противоречит принципу добровольности, на котором строятся гражданские правоотношения.

Согласно представленным документам и сведениям, указанная форма заявки по своей природе является договором присоединения.

В соответствии с пунктом 1 статьи 428 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее — ГК РФ) договором присоединения признается договор, условия которого определены одной из сторон в формулярах или иных стандартных формах и могли быть приняты другой стороной не иначе как путем присоединения к предложенному договору в целом.

Заполнение указанной формы происходит при оформлении заявки на получение займа, по результатам обработки которой владелец сайта bit-web.ru и лицо, заполнившее заявку, могут получить финансовые услуги.

Факт несогласия с положениями вышеуказанной формой заявления, в том числе на распространение в адрес клиента рекламы, объективно свидетельствует об отсутствии возможности у потребителя пользоваться финансовыми услугами в полном объеме, а равно невозможности подать заявку на получение займа.

Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что подобное

навязывание клиенту услуг, прямо не связанных с основным предметом договора, не может рассматриваться в качестве надлежащего согласия абонента на получение рекламной информации.

При этом оценивая подобное содержание заявки, Комиссия приходит к выводу, что данный документ сформирован таким образом, что у клиента в момент заключения договора отсутствует возможность не соглашаться с получением рекламы на свой мобильный номер.

В данном случае у лица, которое принимает условия заявки, возникает необходимость совершить ряд дополнительных действий для отказа от получения рекламных сообщений. В то время, когда для их получения достаточно лишь заполнить форму заявки на сайте bit-web.ru. Подобное положение прямо противоречит самой цели правила предварительного получения согласия абонента и нарушает его право на возможность не соглашаться на распространение на его телефон (электронную почту и т. п.) рекламы.

Согласно статье 309 ГК РФ обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований — в соответствии с обычаями или иными обычно предъявляемыми требованиями.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту граждан как наиболее слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях от получения нежелательной рекламы, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Оценивая представленные ООО «ВР Технологии» в материалы дела доказательства получения согласия абонента на распространение в его адрес рекламной информации, Комиссия считает, что указанные доказательства не позволяют с достоверностью определить предоставление таким абонентом безоговорочного согласия на получение им именно рекламной информации, поскольку действия владельца сайта по навязыванию абоненту таких услуг путем понуждения его к принятию соответствующих условий, изложенных в заявке и форме согласия, является ничем иным, кроме как злоупотреблением правом, которое в силу части 2 статьи 10 ГК РФ не подлежит защите.

Недопустимость получения безальтернативного согласия на рекламу

путем включения такого условия в договор банковских или иных услуг подтверждается также судебной практикой (например, решения Арбитражного суда по делам №№ А40-37364/20, А40-46103/21, А40-138528/21, Постановления Девятого арбитражного апелляционного суда по делам № А40-187154/20, № А40-237631/20, № А40-256820/20, № А40-261844/20, Постановления арбитражного суда Московского округа по делам № А40-146238/20, № А40-97793/20, № А40-146233/20, А40-201406/20).

Владелец сайта bit-web.ru в настоящем случае не предпринял достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Следовательно, доказательств наличия согласия абонента на получение рекламы сторонами по делу не представлено, а умолчание абонента (непредставление оператору сведений о согласии на получение рекламы) не может быть расценено как согласие на ее получение.

Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламодатель не имел предварительного согласия абонента на получение рекламы посредством использования телефонной связи.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама, распространенная на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания:

*«-Компания ММТ, меня зовут Александр, подскажите, пожалуйста, вы посещали наш сайт ММТ, интересовались на сайте услугами телефонии для бизнеса ?*

*-К чему этот вопрос, никогда не интересовался Коллеги из маркетинга передали, поэтому хотел уточнить. А можете подсказать, вас могли бы услуги телефонии для бизнеса заинтересовать от нашей компании?*

*-Вас как зовут.?*

*-Александр.*

*-Александр, очень приятно, меня зовут Николай, еще раз с какой компании вы звоните?*

*-Я вам звоню от компании МТТ, Межрегиональный ТранзитТелеком, хотел бы уточнить посещали наш сайт или нет...», поступившей 06 июля 2022 г. в*

16:58 с номера +79587619042, с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

Согласно сведениям реестра российской системы и плана нумерации номер отправителя +79587619042 закреплены за АО «МТТ».

В ответ на запрос Московского УФАС России АО «МТТ» сообщило, что согласие на получение маркетингового звонка и персональные данные Заявителя (номер телефона <...>) в АО «МТТ» были переданы ИП Газизовым Р.А. (ОГРНИП 321028000168062, адрес: 450028, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Касимовская, д. 6, кв. 68).

В ответ на Определение о возбуждении производства по делу № 077/05/18-15080/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и назначении дела к рассмотрению ИП Газизов Р.А. сообщил, что между ним и ООО «ВР Технологии» заключен договор возмездного оказания услуг от 04.04.2022.

В ответ на запрос информации ООО «ВР Технологии» сообщило, что между ним и АО «МТТ» заключен договор предоставления информации № РР-2413 от 13.07.2019.

Из содержания вышеуказанных договоров следует, что непосредственное доведение рекламы до абонента телефонного номера <...> осуществил именно ИП Газизов Р.А.

На основании изложенного ИП Газизов Р.А. является рекламодателем рекламы следующего содержания:

*«-Компания ММТ, меня зовут Александр, подскажите, пожалуйста, вы посещали наш сайт ММТ, интересовались на сайте услугами телефонии для бизнеса ?*

*-К чему этот вопрос, никогда не интересовался Коллеги из маркетинга передали, поэтому хотел уточнить. А можете подсказать, вас могли бы*

*услуги телефонии для бизнеса заинтересовать от нашей компании?*

*-Вас как зовут.?*

*-Александр.*

*-Александр, очень приятно, меня зовут Николай, еще раз с какой компании вы звоните?*

*-Я вам звоню от компании МТТ, Межрегиональный ТранзитТелеком, хотел бы уточнить посещали наш сайт или нет...», поступившей 06 июля 2022 г. в 16:58 с номера +79587619042.*

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ИП Газизов Р.А. установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания:

*«-Компания ММТ, меня зовут Александр, подскажите, пожалуйста, вы посещали наш сайт ММТ, интересовались на сайте услугами телефонии для бизнеса ?*

*-К чему этот вопрос, никогда не интересовался Коллеги из маркетинга передали, поэтому хотел уточнить. А можете подсказать, вас могли бы услуги телефонии для бизнеса заинтересовать от нашей компании?*

*-Вас как зовут.?*

*-Александр.*

*-Александр, очень приятно, меня зовут Николай, еще раз с какой компании вы звоните?*

*-Я вам звоню от компании МТТ, Межрегиональный ТранзитТелеком, хотел бы уточнить посещали наш сайт или нет...», поступившей 06 июля 2022 г. в 16:58 с номера +79587619042, без предварительного согласия абонента на получение рекламы.*

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 (далее — Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ИП Газизову Р.А. предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Комиссия Московского УФАС России также приходит к выводу о необходимости выдачи предписания АО «МТТ», ООО «ВР Технологии» о принятии мер по предотвращению использования ИП Газизовым Р.А., телефонного номера +79587619042 в целях распространения рекламы на телефонный номер <...>.

Выдача предписания АО «МТТ», ООО «ВР Технологии» направлена на дополнительную защиту абонента телефонного номера <...> от нежелательной рекламы, поступающей от ИП Газизова Р.А.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ИП Газизова Р.А., нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении посредством телефонных звонков на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания:

*«-Компания ММТ, меня зовут Александр, подскажите, пожалуйста, вы посещали наш сайт ММТ, интересовались на сайте услугами телефонии для бизнеса ?*

*-К чему этот вопрос, никогда не интересовался Коллеги из маркетинга передали, поэтому хотел уточнить. А можете подсказать, вас могли бы услуги телефонии для бизнеса заинтересовать от нашей компании?*

*-Вас как зовут.?*

*-Александр.*

*-Александр, очень приятно, меня зовут Николай, еще раз с какой компании вы звоните?*

*-Я вам звоню от компании МТТ, Межрегиональный ТранзитТелеком, хотел бы уточнить посещали наш сайт или нет...», поступившей 06 июля 2022 г. в 16:58 с номера +79587619042, без предварительного согласия абонента на ее получение.*

2. Выдать ИП Газизову Р.А., предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать АО «МТТ», ООО «ВР Технологии» предписание о принятии мер по предотвращению распространения ИП Газизовым Р.А. рекламы на телефонный номер <...> посредством использования телефонной связи.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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