РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/18-15833/2021

г. Москва

Резолютивная часть оглашена «30» сентября 2021 года.

Изготовлено в полном объеме «07» октября 2021 года.

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: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/18-15833/2021, возбужденное в отношении ООО «Пандион» (ОГРН 1177746629708, ИНН 9705101357, 119017, г. Москва, ул. Пятницкая, д. 37, пом. 1, ком. 1, оф. 102) по факту распространения рекламы посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> следующего содержания: *«Алло, здравствуйте, меня зовут Наталья. У меня для Вас важная информация по поводу домашнего телефона. Хотели сообщить, что с 1 декабря по Москве упрощается набор номера на междугородние и международные вызовы без ввода дополнительных цифр. То есть набираете 8 и сразу код города. Договор на телефонию у Вас остается без изменений, это абсолютно бесплатная опция для Вас. Также обращу Ваше внимание, что вызову на межгород теперь будут дешевле до 30%. Для того, чтобы новые условия вступили в силу нужно подписать дополнительное соглашение с Ростелеком, наш представитель Вам его сегодня принесет...»*, поступившей 03.11.2020 в 11:05 с номера +7(495)137-72-44, с признаками нарушения части 1 статьи 18 закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы,

в присутствии представителей: ООО «Пандион» в лице <...> (по доверенности № б/н от 08.07.2020), ПАО «Ростелеком» в лице <...> (по доверенности № 03/29/508/21 от 04.06.2021),

в отсутствие ОАО «МТТ»,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-15833/2021 возбуждено в отношении ООО «Пандион» на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы следующего содержания: *«Алло, здравствуйте, меня зовут Наталья. У меня для Вас важная информация по поводу домашнего телефона. Хотели сообщить, что с 1 декабря по Москве упрощается набор номера на междугородние и международные вызовы без ввода дополнительных цифр. То есть набираете 8 и сразу код города. Договор на телефонию у Вас остается без изменений, это абсолютно бесплатная опция для Вас. Также обращу Ваше внимание, что вызову на межгород теперь будут дешевле до 30%. Для того, чтобы новые условия вступили в силу нужно подписать дополнительное соглашение с Ростелеком, наш представитель Вам его сегодня принесет...»*, поступившей 03.11.2020 в 11:05 с номера +7(495)137-72-44.

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.

ООО «Пандион» является юридическим лицом, включен в Единый государственный реестр юридических лиц 27.06.2017 за основным государственным регистрационным номером 1177746629708, ИНН 9705101357.

Согласно материалам дела спорная реклама на номер телефона <...> поступила 03.11.2020 в 11:05 с телефонного номера +7(495)137-72-44.

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.

Исходя из текста телефонного звонка, в котором содержится предложение воспользоваться банковскими услугами, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

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 распространенной рекламе отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Текст рекламы не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

ООО «Пандион» в материалы дела представлены возражения, согласно которым распространенная на телефонный номер <...> информация не являлась рекламой, а представляла собой оферту, адресованную конкретному абоненту в рамках статей 432, 435 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее — ГК РФ).

В соответствии с частью 1 статьи 435 ГК РФ офертой признается адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое достаточно определенно и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято предложение. Оферта должна содержать существенные условия договора.

В данном случае, телефонный номер заявителя (<...>) выделен

оператором связи ПАО «МГТС», заявитель в каких-либо правоотношениях с ПАО «Ростелеком» не состоит. При этом, поступивший телефонный звонок нельзя признать офертой, поскольку его содержание не соответствует признакам оферты, указанным в статье 435 ГК РФ.

Так в рассматриваемом случае заявителю были сообщены наиболее привлекательные условия предлагаемых услуг, например «упрощается набор номера», «вызовы на межгород теперь будут дешевле до 30%» и др.

Представляется очевидным, что полные условия оферты изложены в бумажном виде в предлагаемом к заключению дополнительном соглашении, которые между тем в телефоном разговоре озвучены не были.

При этом, Комиссия обращает внимание, что в случае признания распространенной информации офертой такое обстоятельство не исключает ее рекламный характер, что прямо следует из положений статьи 11 Закона о рекламе (Если в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации реклама признается офертой, такая оферта действует в течение двух месяцев со дня распространения рекламы при условии, что в ней не указан иной срок).

Таким образом, если реклама являлась офертой, то это накладывает дополнительные обязательства на лицо, ее предложившее.

Также установлено, что рассматриваемый телефонный звонок был осуществлен ООО «Пандион» по заявке ПАО «Ростелеком» в рамках заключенных договоров № 03/25/7523/19 от 30.08.2019, № 01/25/209/20 от 17.02.2020. Предметом указанных договоров является совершение ООО «Пандион» за вознаграждение по поручению от имени и за счет ПАО «Ростелеком» действий по организации и проведению в целях продаж (допродаж) услуг связи действующим и потенциальным абонентам ПАО «Ростелеком» директ-маркетинговые компании.

Таким образом, из содержания договоров следует, что совершение рассматриваемого звонка не носило единичный характер, а было совершено в рамках выполнения массового заказа на привлечения внимания к услугам ПАО «Ростелеком» лиц, не имеющих с ПАО «Ростелеком» заключенных договоров.

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

Данная информация направлена на привлечение внимания к услугам связи, имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению.

В материалы дела не представлено доказательств осуществления рекламного звонка исключительно на телефонный номер одного физического лица — заявителя.

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 рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель 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 рекламораспространителя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

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.

Из письменных пояснений ООО «Пандион» следует, что попытки получить согласие абонента телефонного номера <...> были предприняты оператором ООО «Пандион» во время разговора, между тем оказались безуспешными.

В свою очередь, Комиссия обращает внимание, что само по себе получение согласия абонента на озвучивание рекламы непосредственно в процессе разговора не будет считаться надлежащим по следующим основаниям.

Согласно статье 1 Закона о рекламе одной из его целей является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.

Исходя из положения части 1 статьи 18 Закона о рекламе, законодатель, учитывая желание рекламораспространителей использовать сети электросвязи, телефонной связи для распространения рекламы, а также права и интересы граждан, дал абонентам (адресатам) возможность самим выбирать от каких лиц они готовы получать рекламную информацию подобным способом.

Целью закрепления в части 1 статьи 18 Закона о рекламе обязанности рекламораспространителя получать предварительное согласия абонентов на получения рекламы является защита граждан от поступления на их телефонные номера, адреса электронной почты нежелательных рекламных телефонных звонков и сообщений (смс, e-mail).

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 (рекламораспространитель или абонент), свидетельствует о вышеуказанной цели регулирования части 1 статьи 18 Закона о рекламе — недопустимости совершения самого телефонного звонка, призванного привлечь внимание в 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) неголосовую 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, рекламораспространитель 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 оградить абонентов от нежелательных звонков, осуществляемых в рекламных целях, в целом, а не только от дальнейшего прослушивания рекламной информации после выражения отказа.

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера <...>, согласие на получение рекламы он не давал.

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 удостоверится 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.

Доказательств наличия согласия абонента на получение рекламы ООО «Пандион» 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 рекламораспространитель не имел предварительного согласия абонента на получение рекламы посредством использования телефонного связи.

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

Таким образом, распространение на телефонный номер <...> посредством телефонного звонка рекламы следующего содержания: *«Алло, здравствуйте, меня зовут Наталья. У меня для Вас важная информация по поводу домашнего телефона. Хотели сообщить, что с 1 декабря по Москве упрощается набор номера на междугородние и международные вызовы без ввода дополнительных цифр. То есть набираете 8 и сразу код города. Договор на телефонию у Вас остается без изменений, это абсолютно бесплатная опция для Вас. Также обращу Ваше внимание, что вызову на межгород теперь будут дешевле до 30%. Для того, чтобы новые условия вступили в силу нужно подписать дополнительное соглашение с Ростелеком, наш представитель Вам его сегодня принесет...»*, поступившей 03.11.2020 в 11:05 с номера +7(495)137-

72-44, с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе, является ненадлежащим.

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

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

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

Согласно представленным ОАО «МТТ» документам и сведениям, спорный телефонный звонок с телефонного номера +7(495)137-72-44 был осуществлен ООО «Пандион». При этом, Общество совершило звонок по заявке ПАО «Ростелеком» в рамках заключенных договоров № 03/25/7523/19 от 30.08.2019, № 01/25/209/20 от 17.02.2020.

В рамках реализации указанных договоров ООО «Пандион» формируется база данных из имеющихся у ООО «Пандион» данных о физических лицах, зарегистрированных в г. Москве, в соответствии со списком адресов, предоставленных ПАО «Ростелеком». База данных включает в себя информацию о городском адресе и номере телефона, установленного по данному адресу (пункт 1.1 договора).

Таким образом, в рассматриваемом случае представляется возможным посчитать ПАО «Ростелеком» рекламодателем рассматриваемой рекламы, а ООО «Пандион» - рекламораспространителем, что сторонами по делу не оспаривается.

На основании изложенного ООО «Пандион» является рекламораспространителем рекламы следующего содержания: *«Алло, здравствуйте, меня зовут Наталья. У меня для Вас важная информация по поводу домашнего телефона. Хотели сообщить, что с 1 декабря по Москве упрощается набор номера на междугородние и международные вызовы без ввода дополнительных цифр. То есть набираете 8 и сразу код города. Договор на телефонию у Вас остается без изменений, это абсолютно бесплатная опция для Вас. Также обращу Ваше внимание, что вызову на межгород теперь будут дешевле до 30%. Для того, чтобы новые условия вступили в силу нужно подписать дополнительное соглашение с Ростелеком, наш представитель Вам его сегодня принесет...»*, поступившей 03.11.2020 в 11:05 с номера +7(495)137-72-44.

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, незаконной по способу распространения потребителю, ООО «Пандион» не представлено.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Пандион» установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы следующего содержания: *«Алло, здравствуйте, меня зовут Наталья. У меня для Вас важная информация по поводу домашнего телефона. Хотели сообщить, что с 1 декабря по Москве упрощается набор номера на междугородние и международные вызовы без ввода дополнительных цифр. То есть набираете 8 и сразу код города. Договор на телефонию у Вас остается без изменений, это абсолютно бесплатная опция для Вас. Также обращу Ваше внимание, что вызову на межгород теперь будут дешевле до 30%. Для того, чтобы новые условия вступили в силу нужно подписать дополнительное соглашение с Ростелеком, наш представитель Вам его сегодня принесет...»*, поступившей 03.11.2020 в 11:05 с номера +7(495)137-72-44, 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 ООО «Пандион» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Исходя из положений вышеуказанных договоров, учитывая все обстоятельства данного дела, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи предписаний ОАО «МТТ», ПАО «Ростелеком» о принятии мер по предотвращению использования ООО «Пандион» телефонного номера +7(495)137-72-44 в целях распространения рекламы на телефонный номер <...>.

Выдача предписаний ОАО «МТТ», ПАО «Ростелеком» направлена на дополнительную защиту абонента телефонного номера <...> от нежелательной рекламы, поступающей от ООО «Пандион»

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1.

    1. Признать ООО «Пандион» нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы следующего содержания: *«Алло, здравствуйте, меня зовут Наталья. У меня для Вас важная информация по поводу домашнего телефона. Хотели сообщить, что с 1 декабря по Москве упрощается набор номера на междугородние и международные вызовы без ввода дополнительных цифр. То есть набираете 8 и сразу код города. Договор на телефонию у Вас остается без изменений, это*

абсолютно бесплатная опция для Вас. Также обращу Ваше внимание, что вызову на межгород теперь будут дешевле до 30%. Для того, чтобы новые условия вступили в силу нужно подписать дополнительное соглашение с Ростелеком, наш представитель Вам его сегодня принесет...», поступившей 03.11.2020 в 11:05 с номера +7(495)137-72-44, без предварительного согласия абонента на ее получение, с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозванивания, автоматической рассылки).

2. Выдать ООО «Пандион» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ОАО «МТТ» предписание о принятии мер по предотвращению использования ООО «Пандион» телефонного номера +7(495)137-72-44 в целях распространения ненадлежащей рекламы.

4. Выдать ПАО «Ростелеком» предписание о принятии мер по предотвращению использования ООО «Пандион» телефонного номера +7(495)137-72-44 (иных телефонных номеров) в целях распространения ненадлежащей рекламы.

5. Законному представителю ООО «Пандион» надлежит явиться **«08» октября 2021 года в 10 часов 00 минут** по адресу: г. Москва, Мясницкий пр-д, д. 4, стр. 1, каб. 402 (вход со стороны Мясницкого проезда), для дачи объяснений по факту нарушения, а также для составления протокола об административном правонарушении, либо направить представителя (защитника) с надлежащим образом оформленными полномочиями, со всеми правами, предусмотренными статьей 25.5 **Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации.**

В целях исполнения Указа Президента Российской Федерации от 11.05.2020 № 316 «Об определении порядка продления действия мер по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения в субъектах Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)», пункта 4.4 санитарно-эпидемиологических правил, утвержденных постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации № 15 от 22.05.2020, а также Поручения руководителя ФАС России № 01-016-ИА/пр от 12.05.2020, составления протокола об административном

правонарушении будет проходить дистанционно (посредством видеоконференцсвязи) и состоится **«08» октября 2021 года в 10 часов 00 минут.**

Для подключения к видеоконференцсвязи необходимо пройти по ссылке: <...> (либо ввести ее в поисковой строке браузера), и в назначенное время присоединиться к конференции удобным для вас способом.

Инструкция для участника web-видео конференции размещена на официальном сайте Московского УФАС России (https://moscow.fas.gov.ru/page/17962).

Ознакомление с материалами дела происходит в соответствии с Порядком ознакомления с материалами дела в Московском УФАС России, утвержденным приказом Московского УФАС России от 14.02.2019 № 29 (https://moscow.fas.gov.ru/page/6184).

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

Председатель Комиссии	<...>а
Члены Комиссии	<...>а
	<...>а

Исполнитель: <...>а,

тел.: 8(495) 784-75-05