РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/18-8381/2021

г. Москва

Резолютивная часть оглашена «22» июля 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: <...>а,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/18-8381/2021, возбужденное в отношении ООО «Солнечный свет» (ОГРН 1167746485940, ИНН 7731316845), ПАО «Вымпелком» по факту распространения на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания: *«Привет, красавчик! Звоню от лица всех женщин. Если ты не знаешь, чем ее порадовать на 8 марта, займись с ней Sunlight. Чтобы получилось желание, мы приготовили скидки до 80% на все золотые украшения, даже с бриллиантами. Успей в Sunlight до 8 марта»*, поступившей 05.03.2021 в 12:38 с номера +7(964)567-60-22, с признаками нарушения части 1, 2 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, с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозванивания, автоматической рассылки),

в отсутствие ООО «Солнечный свет» (заявлено письменное ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя), ПАО «ВымпелКом» (заявлено письменное ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-8381/2021 возбуждено в отношении ООО «Солнечный свет» на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы следующего содержания: *«Привет, красавчик! Звоню от лица всех женщин. Если ты не знаешь, чем ее порадовать на 8 марта, займись с ней Sunlight. Чтобы получилось желание, мы приготовили скидки до 80% на все золотые украшения, даже с бриллиантами. Успей в Sunlight до 8 марта»*, поступившей 05.03.2021 в 12:38 с номера +7(964)567-60-22.

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 «Солнечный свет» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 20.05.2016 за основным государственным регистрационным номером 1167746485940, ИНН 7731316845.

ПАО «Вымпелком» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 28.08.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700166636, ИНН 7713076301, КПП 771301001.

Согласно материалам дела спорная реклама на номер телефона <...> поступила 05.03.2021 в 12:38 с телефонного номера +7(964)567-60-22.

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 приобрести товар со скидкой, 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.

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 ювелирного магазина, 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.

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

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 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 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 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.

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 «Солнечный свет» 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.

В соответствии с частью 2 статьи 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).

Под запрет, установленный в части 2 статьи 18 Закона о рекламе, попадают как случаи, когда выбор абонента (абонентского номера) осуществляется не человеком, а техническим устройством, программой, компьютером, машиной, так и случаи, когда набор такого номера осуществляется автоматически, без участия человека (даже если выбор абонентов был произведен человеком).

В данном случае когда абонент отвечал на входящий вызов, ему транслировалась запись голоса, содержащая текст рекламного

сообщения.

Из представленной в Московское УФАС России информации следует, что рассматриваемый звонок совершен с помощью автоматического набора номера и дальнейшего озвучивания рекламного сообщения, предварительно записанного либо созданного с помощью компьютерных программ, а равно звонок с сообщением рекламного характера совершен без участия человека.

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: *«Привет, красавчик! Звоню от лица всех женщин. Если ты не знаешь, чем ее порадовать на 8 марта, займись с ней Sunlight. Чтобы получилось желание, мы приготовили скидки до 80% на все золотые украшения, даже с бриллиантами. Успей в Sunlight до 8 марта»*, поступившей 05.03.2021 в 12:38 с номера +7(964)567-60-22, с нарушением части 1, 2 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 ПАО «Вымпелком» документам и сведениям, спорный телефонный звонок с телефонного номера +7(964)567-60-22 был осуществлен ООО «Солнечный свет» (ИНН: 7731316845).

В соответствии с письменными пояснениями ООО «Солнечный свет», абонент с телефонным номером <...> не числится в базе клиентов Общества, и Обществом спорный телефонный звонок не осуществлялся. Из пояснений ООО «Солнечный свет» следует, что спорный телефонный звонок осуществлен ПАО «Вымпелком» самостоятельно в рамках договора № №775728198 от 23.11.2020, заключенного с ООО «Солнечный свет».

Изучив материалы дела, Комиссия установила следующее.

Между ПАО «ВымпелКом» и ООО «Солнечный свет» заключен договор № 775728198 от 23.11.2020, а также дополнительное соглашение № 2 от 23.11.2020 об оказании услуги «Таргетированные голосовые звонки».

Согласно пункту 1.1 Дополнительного соглашения № 2 от 23.11.2020, ПАО «ВымпелКом» обязуется оказывать, а ООО «Солнечный свет» обязуется оплачивать услуги по подбору целевой аудитории ООО «Солнечный свет» среди пользователей услуг подвижной радиотелефонной связи «Билайн» (далее – «Пользователи») с целью проведения ООО «Солнечный свет» рекламных кампаний. В рамках услуг ООО «Солнечный свет» предоставляется ID пользователей, соответствующих заданным ООО «Солнечный свет» критериям таргетирования целевой аудитории ООО «Солнечный свет», либо осуществляется установление телефонных соединений с пользователями, с применением критериев таргетирования, и переадресация ООО «Солнечный свет» телефонных соединений с пользователями, заинтересованными в приобретении товаров/услуг ООО «Солнечный свет».

Согласно пункту 2.1 Дополнительного соглашения № 2 от 23.11.2020 услуги включают в себя предоставление ООО «Солнечный свет» таргетированных контактов, позволяющих ООО «Солнечный свет» совершать голосовые вызовы на ID пользователей, либо возможность установления голосового соединения с пользователями согласно 4 вариантам предоставления услуг.

В силу пункта 5.2 ООО «Солнечный свет» в обязательном порядке согласовывает с Билайн скрипты разговоров с пользователями с использованием адреса электронной почты сторон, указанных в дополнительном соглашении и/или договоре. Услуги предоставляются только после согласования скрипта разговора с Билайн.

В соответствии с пунктом 5.12 Дополнительного соглашения № 2 от 23.11.2020 выбор пользователей осуществляется в соответствии с принятой в Билайн политикой контактов и с учетом стоп-листов Билайн. В стоп-листы Билайн включаются номера пользователей, выразивших отказ на получение рекламы третьих лиц.

В соответствии с Бланком заказа на услугу «Интеллектуальная переадресация вызова» от 23.11.2020 ООО «Солнечный свет» и ПАО Вымпелком» согласовали оказание услуги в период с 23.11.2020 по 31.12.2021.

В качестве пояснения сути оказываемых услуг ПАО «ВымпелКом» сообщило, что условиями Дополнительного соглашения №2 от 23.11.2020 не предусмотрено использование средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического

дозванивания, автоматической рассылки). Выбор абонентов, потенциально заинтересованных в информации от ООО «Солнечный свет» осуществлялся вручную силами сотрудников Общества из тех абонентов, которые выразили свое согласие на получение рекламной информации.

Таким образом, в рассматриваемом случае из совокупного толкования представленных в материалы дела договоров установлено, что рассматриваемый телефонный звонок осуществлен именно ООО «Солнечный свет».

В результате дополнительной проверки ПАО «ВымпелКом» было установлено, что абонентский номер +7-964-567-60-22 участвовал в рекламной кампании ООО «Солнечный свет», которая осуществлялась в рамках Дополнительного соглашения №2 от 23.11.2020. Абонентский номер <...> выделен физическому лицу по договору об оказании услуг связи «Билайн» № 497208500 от 13.11.2013.

ПАО «ВымпелКом» сообщило Комиссии, что согласие указанного абонента была надлежащим образом получено оператором связи при заключении с абонентом договора на оказание услуг связи, вместе с тем сам документ договора ПАО «ВымпелКом» не представило ввиду его утери.

Учитывая изложенное, Комиссия Управления не усматривает достаточных оснований считать, что согласие абонента <...> у оператора связи имелось, поскольку соответствующее документальное и объективное подтверждение в материалах дела отсутствует.

Таким образом, распространителем рассматриваемого телефонного звонка является ООО «Солнечный свет», а ПАО «ВымпелКом» с учетом установленных обстоятельств признается в данном случае заинтересованным лицом, поскольку непосредственного участия в процессе направления телефонного звонка рекламного характера не участвовало.

Тот факт, что между указанными лицами сложились договорные правоотношения, в которых ответственность за получение согласий клиентов на распространение в их адрес рекламы несет ПАО «ВымпелКом», является основанием для применения ООО «Солнечный свет» к ПАО «ВымпелКом» мер гражданско-правовой ответственности. При этом в рамках публично-правовых отношений ООО «Солнечный свет» в соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе будет являться рекламораспространителем.

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности

соблюдения требований части 1, 2 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, законной по содержанию, но не по способу распространения потребителю рекламы, ООО «Солнечный свет» не представлено.

На основании изложенного ООО «Солнечный свет» является рекламораспространителем рекламы следующего содержания: *«Привет, красавчик! Звоню от лица всех женщин. Если ты не знаешь, чем ее порадовать на 8 марта, займись с ней Sunlight. Чтобы получилось желание, мы приготовили скидки до 80% на все золотые украшения, даже с бриллиантами. Успей в Sunlight до 8 марта»*, поступившей 05.03.2021 в 12:38 на телефонный номер <...> с номера +7(964)567-60-22.

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1, 2 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, незаконной по способу распространения потребителю, ООО «Солнечный свет» не представлено.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Солнечный свет» установлено нарушение части 1, 2 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы следующего содержания: *«Привет, красавчик! Звоню от лица всех женщин. Если ты не знаешь, чем ее порадовать на 8 марта, займись с ней Sunlight. Чтобы получилось желание, мы приготовили скидки до 80% на все золотые украшения, даже с бриллиантами. Успей в Sunlight до 8 марта»*, поступившей 05.03.2021 в 12:38 с номера +7(964)567-60-22, без предварительного согласия абонента на получение рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозванивания, автоматической рассылки).

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 «Солнечный свет» 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 предписания ПАО «ВымпелКом» о принятии мер по предотвращению использования ООО «Солнечный свет» телефонного номера +7(964)567-60-22 в целях распространения рекламы на телефонный номер <...>.

Выдача предписания ПАО «ВымпелКом» направлена на дополнительную защиту абонента телефонного номера <...> от нежелательной рекламы, поступающей от ООО «Солнечный свет»

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 «Солнечный свет» нарушившим часть 1, 2 статьи 18 Закона о рекламе при распространении посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы следующего содержания: *«Привет, красавчик! Звоню от лица всех женщин. Если ты не знаешь, чем ее порадовать на 8 марта, займись с ней Sunlight. Чтобы получилось желание, мы приготовили скидки до 80% на все золотые украшения, даже с бриллиантами. Успей в Sunlight до 8 марта»*, поступившей 05.03.2021 в 12:38 с номера +7(964)567-60-22.

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

3. Выдать ПАО «ВымпелКом» предписание о принятии мер по предотвращению использования ООО «Солнечный свет» телефонного номера +7(964)567-60-22 в целях распространения ненадлежащей рекламы.

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

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