РЕШЕНИЕ

по делу № 029/05/18-61/2023

Резолютивная часть оглашена «07» марта 2023 года

Решение в полном объеме изготовлено «20» марта 2023 года

«20» марта 2023 года г. Архангельск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области (далее по тексту - Архангельское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии	врио руководителя, начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России;
Члены Комиссии:	главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России;
	ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России,

рассмотрев дело № 029/05/18-61/2023, возбужденное 02.02.2023 в отношении Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «МФПУ «С» (далее - Университет «С», НОЧУ ВО «МФПУ «С») по признакам нарушения требований ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»),

в отсутствие:

- лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе, - НОЧУ ВО «МФПУ «С», надлежащим образом извещенного о месте и времени рассмотрения дела № 029/05/18-61/2023, представителей для участия в рассмотрении дела № 029/05/18-61/2023 не направило;

в присутствии:

- заявителя <...>

УСТАНОВИЛА:

2022. (…) в адрес Архангельского УФАС России поступило заявление гражданина <...> о направлении 30.09.2022 в 16:42 на адрес электронной почты заявителя «.....@gmail.com» электронного письма, рекламирующего образовательные услуги негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «МФПУ «С».

Указанная реклама отправлена с адреса электронной почты «....@.....ru», то есть с доменного имени «.....ru», используемого данным университетом.

По мнению гражданина, имеются признаки нарушения ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе», поскольку своего согласия на получение рекламы не давал.

В качестве доказательства заявителем <...> представлен скриншот электронного письма с темой «Присвоение квалификации судебного эксперта в московском университете. Скидки!», содержащего копии дипломов, удостоверений о профессиональной переподготовке и следующую информацию:

«.Московский университет «С» проводит новый набор на обучение экспертов высшей квалификации с выдачей бессрочных университетских дипломов экспертов по дистанционной форме до 15 октября 2022 г. по следующим экспертным специальностям с учетом скидок в размере 20%:

1. Программа «Судебная экспертиза» (1034 час., 6-8 месяцев, 24000 руб.) с присвоением квалификации «Судебный эксперт», как в дипломе о высшем образовании, по специальности «Судебная экспертиза». Включает анализ более 100 экспертных специальностей Минюста.»;

«2. Программа «Судебная оценочная экспертиза» (318 час., 3 месяца, 18000 руб.). Включает все направления оценочной экспертизы движимого и недвижимого имущества, продовольственных и непродовольственных товаров, интеллектуальной собственности, предприятий и ценных бумаг.»;

«3. Программа «Финансово-экономическая и бухгалтерская экспертиза деятельности хозяйствующего субъекта» (294 час., 3 месяца, 18000 руб.) включает экспертные специальности Минюста 17.1. Исследование записей бухгалтерского учета и 18.1.»;

«4. Программа «Судебная стоимостная и строительно-техническая экспертиза недвижимости (524 часа, 4-5 месяцев, 20000 руб.) включает в одном дипломе все экспертные специальности строительно-технической экспертизы Минюста»;

«5. Программа «Судебная автотехническая экспертиза» (518 час., 4-5 месяцев, 20000 руб.) включает в одном дипломе все экспертные автотехнические специальности Минюста 13.1 - 13.5, а также исследование транспортных средств по выявлению дефектов, качества сборки, ремонта и рекламаций»;

«6. Программа «Экспертиза в сфере закупок» (264 час., 3 месяца, 16000 руб.)

включает определение минимальной (начальной) цены на аукционе, товароведческую экспертизу, экспертизу в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд»;

«7. Программа «Независимая техническая экспертиза транспортных средств» (4-5 месяцев. 516 час., 28000 руб.) предназначена для обучения экспертов-техников по ОСАГО... Слушатели, имеющие высшее автотехническое образование, для включения в Государственный реестр могут пройти только краткосрочный повышения квалификации (2 недели, 104 час., 10000 руб.);

«8. Программа Оценка стоимости предприятия (бизнеса). (5-6 месяцев, 850 час., 28000 руб.) включает оценку недвижимости, машин и оборудования, интеллектуальной собственности, предприятий и ценных бумаг.»;

«9. Программа «Оценка стоимости недвижимости» (4 месяца, 550 час., 22400 руб.) включает оценку недвижимого имущества, в том числе земельных участков.»;

«10. Программа «Оценка стоимости машин, оборудования и транспортных средств» (4 месяца, 510 час., 22400 руб.) включает оценку всех видов движимого имущества, в том числе автотранспорта.»:

«.Перечень удостоверений эксперта по узким экспертным специальностям по приказу Минюста № 237 от 27.12.2012 (с последующими изменениями) имеется на нашем сайте www.....info/fees. Для оформления договора на обучение укажите интересующие вас программы, заполните следующие данные и направьте по адресу ....@.....ru. Фамилия Имя Отчество Телефон, e-mail.».

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «МФПУ «С» на запрос Управления пояснило следующее.

Электронный адрес ....@gmail.com попал в рассылку на основании согласия на получение рассылок информации от Университета Синергия, оставленного заявителем на сайте организации www.....info (далее - Сайт). Однако, в сентябре 2022 года обслуживание сайта, разработанного на зарубежной платформе ..., как и других российских сайтов, было прекращено ... (скриншот сайта организации www.....info прилагается). Таким образом, Университет «С» не имеет технической возможности представить зафиксированное на указанном сайте согласие Е.С. Митина на получение информационных рассылок.

Информационная рассылка осуществлялась с адреса электронной почты ....@.....ru, зарегистрированной на К, занимающего должность директора учебно-методического центра подготовки профессиональных оценщиков в Университете «С». В соответствии с должностной инструкцией он отвечает за организацию работы по рассылке электронных писем, а также сбор контактов для ее осуществления.

Иные сотрудники Университета «С», в том числе его единоличный исполнительный орган, не несут ответственности за направление информационных рассылок адресатам.

К пояснениям представлены копии трудового договора № ... от 02.07.2004, заключенного с К, должностной инструкции, приказа № 4 от 13.01.2020 «О внесении изменений в должностную инструкцию директора учебно-методического центра

подготовки профессиональных оценщиков».

Университетом «С» представлен скриншоты страниц www.... info, содержащие информацию: «....com Этот домен раньше был привязан к сайту на ...», «В связи со сложившейся ситуацией, ваш аккаунт не будет подлежать обновлению 21 сентября, 17:59. Срок действия вашего аккаунта истекает. В связи со сложившейся ситуацией, с 7 марта 2022 года ... приостановил предоставление премиум-услуг пользователям, находящимся в России или оплачивающим их в рублях. Это означает, что ваш премиум-аккаунт не подлежит продлению.».

Вместе с тем, заявитель <...> направил в Архангельское УФАС России дополнительные пояснения, сообщив, что никогда не намеревался поступать на обучение в Университет «С» и никогда не обучался там фактически; никогда не заключал с указанным учреждением никаких договоров гражданско-правового характера (как на получение или оказание образовательных услуг, так и иных); никогда не проходил там курсов повышения квалификации или профессионального мастерства. Получать квалификацию судебного эксперта заявитель <...> также никогда не намеревался. Адрес данного сайта заявителю <.> также незнаком.

К на запрос Архангельского УФАС России от 02.12.2023 сообщил следующее.

Информация о подготовке судебных экспертов, деятельность которых относится к сфере юриспруденции, размещалась на сайте подразделения Университета «С» www.....info, разработанного на платформе американской компании .... На страницах этого сайта размещались кнопки согласия на последующее информирование. К полагает, что заявитель <...>, который работает в той же сфере юриспруденции, когда-то заходил на сайт Университета «С» и нажал кнопку подписки. 21.09.2022 американская платформа ... в условиях незаконного санкционного режима прекратила обслуживание сайта Университета «С», в связи с этим отсутствует техническая возможность предоставить зафиксированное на указанной платформе согласие заявителя на его информирование.

К лично, что не было предусмотрено должностной инструкцией, 29.09.2022 со своего личного электронного адреса ...@.....ru направил разовое информационное (не рекламное) письмо, адресованное выпускникам и коллегам. В число получателей (коллег и выпускников) этого информационного письма по выше указанной причине попал и заявитель <.

>.

В соответствии с пунктами 3 и 4 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Правила), утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе», возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) юридического или физического лица, подавшего заявление в антимонопольный орган, указывающее на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Архангельским УФАС России определением от 02.02.2023 по факту распространения рассматриваемой информации в отношении Университета «С»

возбуждено дело № 029/05/18-61/2023 по признакам нарушения ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

2023. Университет «С» направил возражения по делу, сообщив следующее.

Информационная рассылка осуществлялась с адреса электронной почты ...@.....ru, зарегистрированной на К, занимающего должность директора учебно-методического центра подготовки профессиональных оценщиков в Университете «С». В соответствии с должностной инструкцией он отвечает за организацию работы по рассылке электронных писем, а также сбор контактов для ее осуществления.

При посещении сайта www.....info электронный адрес заявителя <...> ....@gmail.com попал в рассылку на основании согласия на получение рассылок информации от

Университета Синергия, оставленного заявителем на сайте организации www.....info. Указанный домен ранее был привязан к сайту ....com. Однако, последний прекратил свою работу 07.03.2022 с пользователями, находящимися на территории России. При этом, ранее данное согласие Заявителя на информационную рассылку не было отозвано, об удалении электронного адреса .....@gmail.com из списка информационной рассылки заявитель в адрес Заинтересованного лица также не обращался.

То, что заявитель никогда не намеревался поступать на обучение в Университет «С» и не обучался там фактически, правового значения для правильности рассмотрения настоящего дела не имеет. Поскольку важным является наличие согласия заявителя <...> на получение спорной рассылки. Однако, в данном случае документально подтвердить факт получения такого согласия представляется невозможным, ввиду прекращения деятельности платформы ....com на территории России. Однако, рассылка спорного письма непосредственно на электронный почтовый адрес заявителя <...> возможно осуществить только в том случае, когда заявитель сам сообщил свой адрес заинтересованному лицу. Поскольку получение спорного письма Заявитель не отрицает, факт сообщения своего электронного адреса заинтересованному лицу имеет место быть. Несанкционированная отправка рекламных или информационных писем работниками заинтересованного лица исключена, т.к. такие действия невозможно реализовать, не зная адреса электронной почты адресата. В то же время, адрес электронного почтового ящика адресата может быть получен, если его владелец сообщит о нем путем заполнения какой-либо электронной формы на сайте в сети Интернет.

Таким образом, рассылка информационных сведений и/или рекламы, была осуществлена с разрешения заявителя, что не противоречит положениям действующего законодательства поскольку в соответствии с ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия адресата на получение рекламы.

Рассмотрение дела № 029/05/18-61/2023 состоялось 07.03.2023 в отсутствие представителя Университета «С».

Заявитель <...> поддержал позицию, отраженную в направленных ранее пояснениях и сообщил повторно, что никогда услугами данного Университета не пользовался, личного кабинета, в том числе на сайте Университета, не создавал.

Исследовав собранные по настоящему делу документы и материалы в их совокупности, и при этом не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения настоящего дела, Комиссия приходит к следующим выводам.

Согласно п. 1 ст. 3 ФЗ «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.

В соответствии со ст. 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 ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе» и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к ФЗ «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 обобщенный 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 неопределенного круга лиц и являются рекламой.

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

Рассматриваемая информация не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - учебные программы Университета «С», скидки на обучение, имеет целью формирование и поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, т.е. отвечает законодательному определению рекламы, приведенному в п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В силу требований, установленных ч. 1 ст. 18 ФЗ «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.

Понятие адресата содержится в ст. 2 Федерального закона от 17.07.1999 № 176-ФЗ «О почтовой связи», согласно которому адресат - это гражданин или организация, которым адресованы почтовое отправление, почтовый перевод денежных средств, телеграфное или иное сообщение.

Согласно ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи», абонент - это пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Таким образом, абонент и адресат выступают «пассивной» стороной отношений по передаче информации, они выступают получателями, но не отправителями сообщений.

В п. 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено следующее.

Согласно части 1 статьи 18 ФЗ «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 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, ФЗ «О рекламе» не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Из имеющихся в материалах дела № 029/05/18-61/2023 пояснений Университета «С» следует, что согласие на получение рекламных сообщений было оставлено заявителем на сайте организации www.... info, однако, в связи с прекращением деятельности данного сайта, представить данное согласие не представляется возможным.

Вместе с тем, ответственным за рассылку электронных писем и сбор контактов для ее осуществления в соответствии с должностной инструкцией является К

Архангельское УФАС России не поддерживает позицию Университета «С» на основании следующего.

Вероятность того, что заявитель <...> сам предоставил Университету «С» адрес электронной почты «.....@gmail.com» не свидетельствует о том, что им было дано согласие на получение от Университета рекламных рассылок, в связи с чем, отсылка Университета «С» на невозможность направить согласие в связи с прекращением деятельности сайта www.....info, является несостоятельной. Наличие согласия заявителя <...> НОЧУ ВО «МФПУ «С» в Управление не представило.

Кроме того, Управление отклоняет довод Университета «С» о том, что ответственность за направление рекламных рассылок адресатам несет единолично К, занимающий должность директора учебно-методического центра подготовки профессиональных оценщиков, поскольку, осуществляя рассылку рекламных сообщений, К действовал от имени и в интересах Университета «С», что подтверждается представленной заявителем <...> копией электронного письма, направленного 30.09.2022 в 16 часов 42 минуты на адрес «.....@gmail.com» с адреса электронной почты «....@.....ru», содержащего при этом доменное имя «.....ru», используемое Университетом «С».

Таким образом, с учетом всех обстоятельств рекламного дела, Комиссия пришла к выводу, что в данном случае рекламораспространителем является НОЧУ ВО «МФПУ «С», поскольку без его участия распространение рассматриваемой рекламы не стало бы возможным.

Заявитель <...> сообщил Управлению, что согласия на получение рассматриваемой рекламы Университету «С» им не давалось, что

свидетельствует о распространении рекламы в отсутствие предварительного согласия абонента на получение указанной рекламы.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама распространена с нарушением ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

Нарушение требований ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе» произошло по вине рекламораспространителя рассматриваемой рекламы - НОЧУ ВО «МФПУ «С».

Обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения Университетом «С» требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии им всех зависящих от него мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Таким образом, Университетом «С» нарушены требования ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

Согласно п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Следовательно, реклама с предложением учебных программ Университета «С», скидок на обучение, направленная 30.09.2022 в 16:42 в личном сообщении заявителю <...> на адрес электронной почты «.....@gmail.com» с нарушением части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств - п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе»).

Спорное электронное письмо направлено с адреса электронной почты «....@.....ru», (доменное имя «.....ru», используемое Университетом «С»). В соответствии с официальным WHOIS сервисом доменное имя .....RU за пользователем ...University 01.11.2005.

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой информации является Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «МФПУ «С» (ОГРН ...).

Согласно пункту 49 Правил 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 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 ФЗ «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 ФЗ «О рекламе», а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Архангельского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи НОЧУ ВО «МФПУ «С» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 43-49 Правил, Комиссия Архангельского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу учебных программ Университета «С», скидок на обучение, распространенную посредством направления электронного письма заявителю <...> на адрес его электронной почты «.....@gmail.com» с адреса электронной почты «....@.....ru» , содержащего при этом доменное имя «.....ru», используемое Университетом «С», поскольку такая реклама нарушает требования ч. 1 ст. 18 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «МФПУ «С» рекламораспространителем, нарушившим требования ч. 1 ст. 18 Федерального закона «О рекламе».
3. Выдать Негосударственному образовательному частному учреждению высшего образования «МФПУ «С» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Архангельского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении лица, в действиях которого присутствует состав административного правонарушения, предусмотренный статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частями 1, 2 ст. 37 ФЗ «О рекламе» решение, предписание антимонопольного органа может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, предписания, если судом или арбитражным судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения, предписания. Постановление антимонопольного органа о применении мер административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе может быть обжаловано, оспорено в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.