

АО «Загрузка»

## РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/18-3246/2022

115280, г. Москва, ул. Ленинская  
Слобода, д. 19, комн. 21Е

Резолютивная часть оглашена «29» марта  
2022 года г. Москва

partners@zagruzka.com

ПАО «Мегафон»

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:

127006, город Москва, Оружейный  
переулок, дом 41

info@megafon.ru

председателя Комиссии: <...> ,

членов Комиссии: <...> , <...> ,

ИП Постниковой А.А.

рассмотрев дело № 077/05/18-3246/2022,  
возбужденное по признакам нарушения <...>

ПАО «Мегафон», АО «Загрузка», ИП  
Постниковой А.А. части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ  
«О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося распространении на  
телефонный номер <...> рекламы посредством  
СМС-сообщения следующего содержания:

1) «По заявке 6591 одобрена сумма 34000 руб — casht.ru/WahMkb», поступившей  
17.09.2021 в 12:39, отправитель zaimmrf.ru;

2) «До 15 000р под 0% на первый займ! Получить: cashw.ru/DuhMRnB», поступившей  
20.09.2021 в 17:54, отправитель zaimmy24.ru;

3) «10000т.р. доступно для Вас! Забирай: crdt-6.ru/fYH\_5Wr», поступившей 20.09.2021  
в 20:00, отправитель mzaim365.ru,

в присутствии представителя ПАО «Мегафон» в лице <...> (по доверенности № 5-  
338/20 от 08.10.2020)

в отсутствие АО «Загрузка», ИП Постниковой А.А. (уведомлено надлежащим  
образом)

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-3246/2022 возбуждено в отношении ПАО «Мегафон», АО «Загрузка», ИП Постниковой А.А. на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения на телефонный номер <...> рекламы посредством СМС-сообщения следующего содержания:

- 1) «По заявке 6591 одобрена сумма 34000 руб — casht.ru/WahMkb», поступившей 17.09.2021 в 12:39, отправитель zaimmrf.ru;
- 2) «До 15 000р под 0% на первый займ! Получить: cashw.ru/DuhMRnB», поступившей 20.09.2021 в 17:54, отправитель zaimmy24.ru;
- 3) «10000т.р. доступно для Вас! Забирай: crdt-6.ru/fYH\_5Wr», поступившей 20.09.2021 в 20:00, отправитель mzaim365.ru.

Представителем ПАО «Мегафон» было заявлено письменное ходатайство (вх. № 18938-ЭП/22) об объединении дел 077/05/18-3246/2022, № 077/05/18-3247/2022, № 077/05/18-3261/2022, № 077/05/18-3262/2022, № 077/05/18-3263/2022, в связи с тем, что предметом рассмотрения являются однотипные смс-сообщения об одобрении займов, поступившие на один и тот же абонентский номер <...>, в единый период – с 17.09.2021 по 24.12.2021.

Согласно пункту 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства России от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила) антимонопольный орган вправе по ходатайству лиц, участвующих в деле, или по собственной инициативе объединить в одном производстве два дела и более, а также выделить в отдельное производство одно или несколько дел, если это будет способствовать полному, всестороннему и объективному их рассмотрению.

Комиссией установлено, что рассматриваемое дело так же, как и дела № 077/05/18-3247/2022, № 077/05/18-3261/2022, № 077/05/18-3262/2022, № 077/05/18-3263/2022, были возбуждены на основании заявления абонента телефонного номера <...> по факту поступления ему рекламы от разных отправителей.

Тот факт, что реклама поступала в течение 14 недель, а оператором отправителей является ПАО «Мегафон» не свидетельствует о наличии общих обстоятельств, которые позволяют объективно и всесторонне рассмотреть дело.

Так Комиссия, изучив материалы пяти дел, установила, что смс-сообщения были направлены в рамках разных договоров с разными юридическими лицами, с участием ПАО «Мегафон» в направлении рекламы.

На основании изложенного Комиссия отклоняет ходатайство ПАО «Мегафон» об объединении дел 077/05/18-3246/2022, № 077/05/18-3247/2022, № 077/05/18-3261/2022, № 077/05/18-3262/2022, № 077/05/18-3263/2022.

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 № 077/05/18-3246/2022 спорные СМС-сообщения на телефонный номер <...> поступило:

- 1) 17.09.2021 в 12:39 от отправителя zaimmrf.ru;
- 2) 20.09.2021 в 17:54 отправитель zaimmy24.ru;
- 3) 20.09.2021 в 20:00 отправитель mzaim365.ru.

Поступление указанной рекламы на телефонный номер <...> подтверждается скриншотом экрана, содержащего текст рассматриваемых сообщений, а также детализированной выпиской, представленной заявителем.

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.

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 — любое 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 СМС-сообщения 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 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.

В материалы дела не представлено доказательств направления данного СМС-сообщения исключительно на телефонный номер одного физического лица — заявителя.

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 СМС-сообщений, в которых содержится информация направлена на привлечение внимания к финансовым услугам. Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

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

Таким образом, информация, распространенная посредством направления СМС-сообщений на номер телефона <...>, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством СМС-сообщения; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку представленная в тексте сообщения информация носит обобщенный характер и способна формировать интерес у широкого круга 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 материалы дела не представлено.

В материалы дела представлены документы, подтверждающие, по его мнению, согласие абонента на получение спорных СМС-сообщений от отправителей «zaimmrf.ru», «zaimmy24.ru», «mzaim365.ru» от ИП Постниковой А.А. (ИНН 773008399805).

Оценивая представленную в материалы дела форму заявки на предоставление займа, Комиссия не находит оснований считать ее согласием со стороны абонента на получение именно рекламной информации, ввиду следующего.

Так, из представленной в материалы дела распечатки не следует с однозначностью и достоверностью, что она действительно является именно заявкой физического лица – подателя жалобы в антимонопольный орган, заполненной им на сайте <https://zaimmrf.ru>, <https://zaimmy24.ru>, <https://mzaim365.ru>, а не самостоятельно составленным ИП Постниковой А.А. документом, тем более с учетом того обстоятельства, что податель жалобы (исходя из текста поданного им в контрольный орган заявления) отрицал факт дачи своего согласия на

распространение ему рекламной информации. Каких-либо оснований не доверять изложенным в жалобе доводам физического лица Комиссия не находит, особенно с учетом отсутствия со стороны ИП Постниковой А.А. безусловных доказательств обратного.

ИП Постникова А.А. представила в материалы дела копии согласия на обработку персональных данных клиентов — физических лиц, на которых отсутствует дата и время, когда они были сделаны.

Учитывая, что формой заявки предусмотрено заполнение большого количества данных, а у ИП Постниковой А.А. имеется лишь Ф.И.О. и телефонный номер <...>, у Комиссии отсутствуют достаточные основания полагать, что указанное ИП Постниковой А.А. лицо, оставившее указанные сведения, является реальным и тем более подлинным владельцем телефонного номера <...>, а равно само сообщило ИП Постниковой А.А. свои контактные данные.

Поступление подобной информации лицу, которое заявку не заполняло и не изъявляло желание на получение услуг финансовой организации, свидетельствует именно о намерении привлечь внимание неопределенного круга лиц к услугам организации, что в свою очередь при отсутствии согласия данного лица на получение рассматриваемой информации, противоречит требованиям действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

Верность выводов Комиссии Московского УФАС России относительно рекламного характера рассматриваемых СМС-сообщений и неподтверждения факта наличия согласия абонента заполнением заявки неустановленным лицом подтверждается также судебной практикой (Решение Арбитражного суда г. Москвы по делу № А40-6715/2021, Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда по делу № А40-261844/20, Постановление арбитражного суда Московского округа по делу № А40-247450/2020).

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 сайтов <https://zaimmrf.ru>, <https://zaimmy24.ru>, <https://mzaim365.ru> и лицо, заполнившее заявку, могут заключить

договор потребительского кредита.

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 сайтах <https://zaimmrf.ru>, <https://zaimmy24.ru>, <https://mzaim365.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 ИП Постниковой А.А. 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 сайтов <https://zaimmrf.ru>, <https://zaimmy24.ru>, <https://mzaim365.ru> в настоящем случае не предпринял достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Таким образом, при распространении спорной рекламы установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы без предварительного согласия абонента.

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

Таким образом, реклама посредством СМС-сообщения:

1) «По заявке 6591 одобрена сумма 34000 руб — [casht.ru/WahMkb](https://casht.ru/WahMkb)», поступившей 17.09.2021 в 12:39, отправитель [zaimmrf.ru](https://zaimmrf.ru);

2) «До 15 000р под 0% на первый займ! Получить: [cashw.ru/DuhMRnB](https://cashw.ru/DuhMRnB)», поступившей 20.09.2021 в 17:54, отправитель [zaimmy24.ru](https://zaimmy24.ru);

3) «10000т.р. доступно для Вас! Забирай: [crdt-6.ru/fYH\\_5Wr](https://crdt-6.ru/fYH_5Wr)», поступившей 20.09.2021 в 20:00, отправитель [mzaim365.ru](https://mzaim365.ru), 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 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.

Исходя из материалов дела № 077/05/18-3246/2022, имеющихся на дату и время, в которые происходило рассмотрение дела, рекламные СМС-сообщения распространялись на основании договора № ДМИ-СВЗНЗГРЗК01.08.20016 от 01.08.2016, заключенного между ПАО «Мегафон» и АО «Загрузка» (далее — Договор) и соглашения о передаче прав и обязанностей от 01.05.2021.

Также из материалов дела следует, что ИП Постниковой А.А. были совершены действия по доведению до абонента телефонного номера <...> рекламы в отсутствие согласия.

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, законной по содержанию, но не по способу распространения потребителю рекламы, участниками дела не представлено.

Более того, такая возможность напрямую следует из совокупности прав и обязанностей, принятых на себя сторонами в силу соглашений (договоров).

На основании изложенного, учитывая то обстоятельство, что действия по непосредственному доведению СМС-сообщений до их конечных получателей осуществлены ПАО «Мегафон», АО «Загрузка», ИП Постниковой А.А., в данном случае имеются все основания считать указанных лиц рекламодателями в понимании пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе.

Обратного субъектами не доказано, в связи с чем не представляется возможным говорить о том, что на нее не могут быть возложены обязанности, предъявляемые к рекламодателям.

На основании изложенного ПАО «Мегафон», АО «Загрузка», ИП Постникова А.А. являются рекламодателем рекламы, поступившей посредством смс-сообщений на телефонный номер <...> от отправителя [zaimmrf.ru](mailto:zaimmrf.ru), [zaimmy24.ru](mailto:zaimmy24.ru), [mzaim365.ru](mailto:mzaim365.ru).

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ПАО «Мегафон», АО «Загрузка», ИП Постниковой А.А. выявлено правонарушение, выраженное в распространении на телефонный номер <...> посредством СМС-сообщений рекламы следующего содержания:

1) «По заявке 6591 одобрена сумма 34000 руб — [casht.ru/WahMkb](http://casht.ru/WahMkb)», поступившей 17.09.2021 в 12:39, отправитель [zaimmrf.ru](mailto:zaimmrf.ru);

2) «До 15 000р под 0% на первый займ! Получить: [cashw.ru/DuhMRnB](http://cashw.ru/DuhMRnB)», поступившей 20.09.2021 в 17:54, отправитель [zaimmy24.ru](mailto:zaimmy24.ru);

3) «10000т.р. доступно для Вас! Забирай: [crdt-6.ru/fYH\\_5Wr](http://crdt-6.ru/fYH_5Wr)», поступившей 20.09.2021 в 20:00, отправитель [mzaim365.ru](mailto:mzaim365.ru).

Согласно пункту 49 Правил, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному 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 приходит к выводу о необходимости выдачи ПАО «Мегафон», АО «Загрузка» и ИП Постниковой А.А. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно распространения рекламы посредством использования электросвязи без предварительного согласия абонента на получение рекламы.

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 Московского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ПАО «Мегафон», АО «Загрузка» и ИП Постникову А.А. нарушившими часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на телефонный номер <...> посредством СМС-сообщения:

1) «По заявке 6591 одобрена сумма 34000 руб — [casht.ru/WahMkb](http://casht.ru/WahMkb)», поступившей 17.09.2021 в 12:39, отправитель [zaimmrf.ru](http://zaimmrf.ru);

2) «До 15 000р под 0% на первый займ! Получить: [cashw.ru/DuhMRnB](http://cashw.ru/DuhMRnB)», поступившей 20.09.2021 в 17:54, отправитель [zaimty24.ru](http://zaimty24.ru);

3) «10000т.р. доступно для Вас! Забирай: [crdt-6.ru/fYH\\_5Wr](http://crdt-6.ru/fYH_5Wr)», поступившей 20.09.2021 в 20:00, отправитель [mzaim365.ru](http://mzaim365.ru), при распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы.

2. Выдать ПАО «Мегафон», АО «Загрузка» и ИП Постниковой А.А. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. 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.

1.

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

Председатель Комиссии

<...>

.....  
Члены Комиссии

.....  
<...>

<...>

Исп.<...>