

**ООО «Единый центр сертификации»**

пр. Энергетиков, д. 3, литер А,

помещение 314

г. Санкт-Петербург, 195112

<...>

<...>

**РЕШЕНИЕ**

по делу № 077/05/5-11241/2021

Резолютивная часть оглашена «05» октября 2021 года

г. Москва

Изготовлено в полном объеме «\_\_» 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: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 077/05/5-11241/2021, возбужденное в отношении ООО «Единый центр сертификации» по факту распространения посредством е-

mail-сообщения на электронную почту заявителя <...> от отправителя «Федеральный центр защиты персональных данных» (адрес электронной почты [postbox@rkn.moscow](mailto:postbox@rkn.moscow)) рекламы:

«Внимание! Уведомление о конфиденциальности. Информация, содержащаяся в данном электронном сообщении и приложениях к нему, адресована конкретному юридическому лицу (ИП) ... Так как своими силами в установленные законом сроки Вы не устранили изложенные нарушения, вам предлагается в течение 1 (одного) рабочего дня с момента направления данного уведомления, получить меры поддержки и уточнить интересующие вас вопросы в области действия закона № 152-ФЗ... В случае необходимости вам окажут помощь в разработке комплекта документов: согласно требованиям нормативно-правовых актов и актуализации данных в реестре Роскомнадзора. Получить консультацию и справочные материалы Вы можете на сайте [rkn.moscow](http://rkn.moscow) или нажав на кнопку «Получить поддержку»... Данное уведомление является индивидуальной офертой на получение информации от ООО «ЕЦС» ИНН 7805672696...», поступившей 21.01.2021 в 00:48, с признаками нарушения пункта 20 части 3 статьи 5, пункта 2 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в отсутствие представителей ООО «Единый центр сертификации» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-11241/2021 возбуждено в отношении ООО «Единый центр сертификации» на основании заявления физического лица относительно распространения посредством e-mail-сообщения на электронную почту <...> рекламы следующего содержания:

«Внимание! Уведомление о конфиденциальности. Информация, содержащаяся в данном электронном сообщении и приложениях к нему, адресована конкретному юридическому лицу (ИП) ... Так как своими силами в установленные законом сроки Вы не устранили изложенные нарушения, вам предлагается в течение 1 (одного) рабочего дня с момента направления данного уведомления, получить меры поддержки и уточнить интересующие вас вопросы в области действия закона № 152-ФЗ... В случае необходимости вам окажут помощь в разработке комплекта документов: согласно требованиям нормативно-правовых актов и актуализации данных в реестре Роскомнадзора. Получить консультацию и справочные материалы Вы можете на сайте [rkn.moscow](http://rkn.moscow) или нажав на кнопку «Получить поддержку»... Данное уведомление является индивидуальной офертой на получение информации от ООО «ЕЦС» ИНН 7805672696...», поступившей 21.01.2021 в 00:48 от отправителя «Федеральный центр защиты персональных данных» (адрес электронной почты [postbox@rkn.moscow](mailto:postbox@rkn.moscow)).

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 «Единый центр сертификации» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 13.05.2016 за основным государственным регистрационным номером 1167847220177, ИНН/КПП 7805672696/780601001.

Согласно материалам дела на электронную почту <...> посредством e-mail-сообщения с электронного адреса postbox@rkn.moscow в указанные дату и время поступила спорная реклама.

Поступление указанной рекламы на электронную почту <...> подтверждается представленными в Московское УФАС России скриншотами сообщений, содержащих текст рассматриваемой рекламы, а также сведения о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе и получателе.

Принимая во внимание тот факт, что заявитель представил в адрес Московского УФАС России изображения рекламы, содержащие полный текст электронного письма, а также сведения о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе, получателе, специалисты отдела приходят к выводу о принадлежности электронной почты <...> заявителю.

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.

Данная информация направлена на привлечение внимания к консультационным услугам, предоставляемым ООО «ЕЦС», имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению. Данный вывод основывается из содержания поступившего e-mail-сообщения.

Исходя из текста сообщения, в котором содержится предложение воспользоваться консультационными услугами, предоставляемым ООО «ЕЦС», Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

ООО «Единый центр сертификации» (далее — Общество) сообщило, что спорное e-mail-сообщение направлено на электронную почту ИП <...> (единственному получателю) <...> с указанием реквизитов ИП <...>, включая ИНН <...>, ОГРНИП <...>. По мнению Общества, данное e-mail-сообщение не является рекламой, а является деловой перепиской, поскольку адресована ИП <...> Общество также пояснило, что данное обстоятельство подтверждается тем, что внизу спорного e-mail-сообщения содержится следующая информация: «Данное уведомление является

индивидуальной офертой на получение информации от ООО «ЕЦС», и может быть акцептировано только руководителем, которым является ИП <...>. Уведомление не является автоматической рассылкой».

Комиссия Московского УФАС России, рассмотрев доводы ООО «Единый центр сертификации», полагает необходимым установить следующее.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126 ФЗ «О связи», электросвязь – любые излучения, 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 адресатам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретную электронную почту лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер распространенного e-mail-сообщения.

В пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

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.

Обращение в данном случае к абоненту по имени не является фактором определенно идентифицирующим получателя распространяемой информации. Подобное обращение к потенциальному клиенту является нормальным общепринятым поведением в обществе, соответствующим правилам обычного делового этикета и лишь свидетельствует о клиентоориентированной направленности деятельности рекламораспространителя при продвижении услуг на рынке.

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 e-mail-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 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 адресата), представляют интерес для неопределённого круга лиц и являются рекламой.

В материалы дела не представлено документальных доказательств направления спорного e-mail-сообщения исключительно в адрес одного лица (заявителя).

В рассматриваемом случае в e-mail-сообщении указывается на услуги, которые оказывает непосредственно Обществом, при этом отсутствует какая-либо информация, свидетельствующая о возможности воспользоваться поступившем предложением только определенным лицом. Из содержания письма объективно следует, что указанная в нем информация по сути носит шаблонный характер, и направлена на привлечение внимания к его деятельности. Одновременно из содержания сообщения не следует, что оно направлено в рамках осуществления деловой переписки двух лиц.

Таким образом, информация, распространенная посредством отправки на электронный адрес заявителя, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством e-mail-сообщения; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку из текста сообщения не представляется возможным установить, для кого именно создано данное сообщение и на восприятие кого оно направлено; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России отмечает, что рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, поддержанию интереса к нему, следовательно, рассматриваемая информация должна расцениваться как реклама и к ней должны применяться положения Закона о рекламе.

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 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.

В целях защиты прав и законных интересов абонента, при получении такого согласия абоненту должна быть предоставлена возможность изначально отказаться от получения рекламных рассылок, а сама форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие (абонент прямо выражает согласие на получение рекламы), а не опосредованной и обусловленной ознакомлением с правилами оказания (предоставления) услуг.

Следует отметить, что предоставленное рекламодателю рекламы право на получение согласия абонента в любой форме не свидетельствует о его безграничном усмотрении в разрешении этого вопроса и оканчивается там, где начинаются права абонентов на выражение своего непосредственного согласия на получение рекламы. Обратное же приведет к злоупотреблениям со стороны рекламодателей, стремящихся любым способом навязать абоненту возможность распространения со своей стороны рекламы с приданием своим действиям видимости законности.

Также, в соответствии с Письмом ФАС России № АК/13563/16 от 03.03.2016, согласие должно носить явно выраженный характер и не может быть выполнено в форме согласия на получение какой-либо иной информации.

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 адреса электронной почты <...>, согласие на получение рекламы он не давал. Доказательств обратного в материалы дела не представлено.

Положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности рекламодателя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на

защиту абонентов от получения нежелательной рекламы.

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.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии надлежаще выраженного согласия владельца электронной почты <...> на получение рассматриваемой рекламы.

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

В соответствии с пунктом 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Как было отмечено ранее, адресантом спорного e-mail-сообщения является «Федеральный центр защиты персональных данных», в левом верхнем углу направленного e-mail-сообщения указана следующая информация «Федеральный центр защиты персональных данных...». Следовательно, у потребителя рекламы возникает представление о том, что отправителем спорного e-mail-сообщения является федеральным органом государственной власти.

В соответствии с статьей 10 Конституции Российской Федерации (далее — Конституция) государственная власть в Российской Федерации осуществляется на основе разделения на законодательную, исполнительную и судебную.

Согласно части 1 статьи 23 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» уполномоченным органом по защите прав субъектов персональных данных является федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору за соответствием обработки персональных данных требованиям законодательства Российской Федерации в области персональных данных. В соответствии с пунктом 1 Положения о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 16.03.2009 № 228, Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, в том числе электронных, и массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, функции по контролю и надзору за соответствием обработки персональных данных требованиям законодательства Российской Федерации в области персональных данных, а также функции по организации деятельности радиочастотной службы.

Таким образом, уполномоченным органом по защите прав субъектов персональных данных является Роскомнадзор. Такой орган как Федеральный центр защиты

персональных данных не существует, следовательно, не является федеральным органом государственной власти.

По мнению Комиссии Московского УФАС России, информация об отправителе спорного e-mail-сообщения создает у потребителя рекламы впечатление о том, что лицом, оказывающим указанные в e-mail-сообщении услуги, является федеральный орган государственной власти, что вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно лица, оказывающего такие услуги.

Таким образом, в данном случае также установлено нарушение пункта 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 2 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами.

По мнению Комиссии Московского УФАС России, указывать на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами, недопустимо как в форме прямого указания, так и посредством использования символов государственной власти, терминов «народный», «муниципальный» или «федеральный» и прочих объектов, которые будут эксплуатировать авторитет власти.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что адресантом спорного e-mail-сообщения является «Федеральный центр защиты персональных данных», в левом верхнем углу направленного e-mail-сообщения указана следующая информация «Федеральный центр защиты персональных данных Система сертификации «Росконтроль».

Также Московским УФАС России установлено, что доменом адресанта спорного e-mail-сообщения является «rkn.moscow», а в последнем абзаце спорного e-mail-сообщения содержится следующая информация «...получить консультацию и справочные материалы вы можете на сайте rkn.moscow...».

Комиссией Московского УФАС России установлено, что в доменном имени используется обозначение «rkn», что представляет собой латинское написание аббревиатуры (сокращенное наименование) Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор, РКН, rkn). Данное обозначение также сходно с обозначением, используемым в доменном имени официального сайта Роскомнадзора Российской Федерации по адресу rkn.gov.ru.

По мнению Комиссии Московского УФАС России, использование в наименовании адресанта обозначения «Федеральный центр защиты персональных данных», а также использование в доменном имени обозначения «rkn», сходное с латинское аббревиатурой Роскомнадзора, вводит потребителя рекламы в заблуждение путем создания у потребителя рекламы представления (ассоциации) о принадлежности (причастности) адресанта спорной рекламы к органам государственной власти либо об одобрении рекламируемых услуг органами государственной власти.

Таким образом, в данном случае также установлено нарушение пункта 2 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

По мнению Комиссии Московского УФАС России, в данном случае также установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

ООО «Единый центр сертификации» в настоящем случае не предприняло достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

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

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 20 части 3 статьи 5, пунктом 2 части 5 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 6, частью 1 статьи 18 Закона о рекламе, несет рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В ответ на запрос информации Московского УФАС России ООО «Регистратор доменных имен РЕГ.РУ» сообщило, что администратором доменного имени rkn.moscow является <...> — генеральный директор ООО «Единый центр сертификации» (ИНН 7805672696). В ответ на запрос информации Московского УФАС России ООО «Единый центр сертификации» подтвердило направление спорного e-mail-сообщения на адрес электронной почты заявителя <...>. Именно данное Общество инициировало рекламную рассылку, формировало текст рекламных сообщений, определяло круг лиц-получателей рекламы, а также определяло объект рекламирования и (или) содержание рекламы.

Таким образом, распространителем и рекламодателем рассматриваемого e-mail-сообщения является ООО «Единый центр сертификации».

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований пункта 20 части 3 статьи 5, пункта 2 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 18 Закона о рекламе ООО «Единый центр сертификации» не представлено.

Резюмируя изложенное, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Единый центр сертификации» установлено нарушение пункта 20 части 3 статьи 5, пункта 2 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 18 Закона о рекламе,

выразившееся в распространении на адрес электронной почты <...> с электронной почты postbox@rkn.moscow рекламы следующего содержания: «Внимание! Уведомление о конфиденциальности. Информация, содержащаяся в данном электронном сообщении и приложениях к нему, адресована конкретному юридическому лицу (ИП) ... Так как своими силами в установленные законом сроки Вы не устранили изложенные нарушения, вам предлагается в течение 1 (одного) рабочего дня с момента направления данного уведомления, получить меры поддержки и уточнить интересующие вас вопросы в области действия закона № 152-ФЗ... В случае необходимости вам окажут помощь в разработке комплекта документов: согласно требованиям нормативно-правовых актов и актуализации данных в реестре Роскомнадзора. Получить консультацию и справочные материалы Вы можете на сайте rkn.moscow или нажав на кнопку «Получить поддержку»... Данное уведомление является индивидуальной офертой на получение информации от ООО «ЕЦС» ИНН 7805672696...», поступившей 21.01.2021 в 00:48, без предварительного согласия абонента на ее получение.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, 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 Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Единый центр сертификации» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе рекламой посредством использования электросвязи с нарушением пункта 20 части 3 статьи 5, пункта 2 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

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 ООО «Единый центр сертификации» нарушившим пункт 20 части 3 статьи 5, пункт 2 части 5 статьи 5, часть 7 статьи 5, часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении посредством e-mail-сообщения на электронную почту <...> от отправителя «Федеральный центр защиты персональных данных» (адрес электронной почты [postbox@rkn.moscow](mailto:postbox@rkn.moscow)) рекламы: «Внимание! Уведомление о конфиденциальности. Информация, содержащаяся в данном электронном сообщении и приложениях к нему, адресована конкретному юридическому лицу (ИП) ... Так как своими силами в установленные законом сроки Вы не устранили изложенные нарушения, вам предлагается в течение 1 (одного) рабочего дня с момента направления данного уведомления, получить меры поддержки и уточнить интересующие вас вопросы в области действия закона № 152-ФЗ... В случае необходимости вам окажут помощь в разработке комплекта документов: согласно требованиям нормативно-правовых актов и актуализации данных в реестре Роскомнадзора. Получить консультацию и справочные материалы Вы можете на сайте [rkn.moscow](http://rkn.moscow) или нажав на кнопку «Получить поддержку»... Данное уведомление является индивидуальной офертой на получение информации от ООО «ЕЦС» ИНН 7805672696...», поступившей 21.01.2021 в 00:48.

2. Выдать ООО «Единый центр сертификации» предписание 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.

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

Председатель Комиссии<...>

Члены Комиссии <...>

<...>

Исполнитель: <...>