

РЕШЕНИЕ

по делу № 029/05/18-31/2023

Резолютивная часть оглашена «11» апреля 2023 года

Решение в полном объеме изготовлено «18» апреля 2023 года

«18» апреля 2023 года

г. Архангельск

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

Председател  
- врио руководителя, начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России;

Комиссии  
Члены - главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России;

Комиссии:  
- ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России,

рассмотрев дело № 029/05/18-31/2023, возбужденное 19.01.2023 в отношении Общества с ограниченной ответственностью «С-Т» (далее - ООО «С-Т», Общество) 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 присутствии:

- Д- представителя ООО «С-Т» по доверенности от 23.01.2023;
- заявителя <...>,

УСТАНОВИЛА:

28.12.2022 (...) в адрес Архангельского УФАС России посредством передачи с электронного адреса: delo@fas.gov.ru Федеральная антимонопольная служба направила заявление гражданина <...> о телефонном звонке рекламного характера, поступившем 28.11.2022 в 09:07 на абонентский номер заявителя +7-9... с номера +7-9....

В качестве доказательства заявителем <...> представлена аудиозапись следующего содержания:

«- Алё.

- Здравствуйте. Это «С-Т», меня зовут Андрей. Мы с вами раньше как-то работали, у вас есть минутка?
- Вы кто?
- Меня зовут Андрей, завод «С-Т». По поводу сотрудничества, мы производим технику на гусеничном ходу

разного назначения. Вы же этим как раз занимаетесь, верно?

- Нет.
- А вы можете сказать номер или перевести на ответственного?
- Что вы хотите?
- Мы занимаемся производством различной гусеничной техники и хотим уточнить, требуется ли вам для работы что-то из нашей продукции. Я могу поговорить с руководителем по закупке техники?
- Нет, не можешь.
- Ало, я Вас не слышу.
- Зато я Вас слышу.
- Вас не слышно, я перезвоню позже».

Согласие на получение рекламных звонков заявитель <...> не давал, в связи с чем, по его мнению, имеются признаки нарушения требований ст. 18 ФЗ «О рекламе».

В силу пунктов 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.

Учитывая изложенное, при поступлении письма, содержащего заявление гражданина о нарушении ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе», такое заявление подлежит рассмотрению по существу получившим его территориальным органом в установленный законом срок.

ПАО «В» на запрос Архангельского УФАС России от 06.12.2022 № 839/22 сообщило, что абонентский номер +7-9... выделен ООО «Б» (ИНН ....) на основании договора об оказании услуг связи № .....

ПАО «М» представило копию детализации заявителя <...> от 28.11.2022, подтверждающую факт совершенного на абонентский номер +7-9... с номера телефонного звонка.

На запрос Архангельского УФАС России от 13.12.2022 исх. № 992/22 ООО «Б» письмом от 20.12.2022 (рег. № ...от 21.12.2022) сообщило следующее.

Абонентский номер +7-9... с 25.10.2022 по настоящее время на основании заявления и договора № Н270760 от 25.10.2022 на оказание услуг связи подключен ООО «С-Т» (ИНН ).

ООО «С-Т» в соответствии с запросом исх. № 1218/22 от 23.12.2022 направило в Управление письменные пояснения от 16.01.2023 исх. № 12, сообщив следующее.

ООО «С-Т» полагает, что фактические обстоятельства, послужившие поводом для обращения Заявителя в контролирующий орган, не свидетельствуют о нарушении Обществом законодательства о рекламе на основании следующего.

Общество подтверждает факт наличия события телефонных звонков. При этом, заявитель при обращении в Управление позиционирует себя как физическое лицо, получившее в отсутствие его согласия рекламную информацию. Однако, Общество осуществило телефонный звонок на указанный выше номер телефона полагая, что данный звонок адресован Обществу с ограниченной ответственностью «С».

В частности, Общество получило сведения об указанном выше номере телефона на общедоступном сайте list-org.com. На данном интернет-ресурсе была размещена информация об ООО «С» (ИНН ..), в том числе сведения о том, что заявитель <...> является директором данной организации, контрактный номер телефона: +7-9....

Из выписки из ЕГРЮЛ, полученной с использованием сервисов сайта ИФНС России, следует, что ООО «С» является действующим юридическим лицом, руководителем которого в настоящий момент является заявитель <...>. Соответственно, Общество добросовестно полагало, что обращается адресно к обществу с ограниченной ответственностью «С», а не к заявителю <...>, как к физическому лицу.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» потребители рекламы - это лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама. При указанных обстоятельствах заявитель <...> как физическое лицо не может рассматриваться потребителем рекламы, чьи законные права и интересы нарушены. Телефонный звонок Общества, как указано выше, был адресован исключительно в ООО «С».

Общество добросовестно полагало, что ООО «С» добровольно разместило свою контактную информацию на интернет ресурсе list-org.com в целях обеспечения взаимодействия с неопределенным кругом лиц и установления деловых связей. При этом, содержание имевшего место быть телефонного разговора нельзя расценивать как рекламу. Телефонный звонок, совершенный оператором общества, был направлен на предложение о сотрудничестве с ООО «С» и расширение деловых связей. Из содержания разговора телефонного звонка следует, что оператор Общества пытался узнать телефон и связаться с ответственным в ООО «С» лицом, ответственным за закуп и эксплуатацию тракторной техники.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимаются 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. При этом, попытка оператора Общества в разговоре установить контакт с «ответственным должностным лицом» организации в целях обсуждения вопросов сотрудничества в любой из форм, в том числе для достижения целей продажи товаров, работ, услуг, не может быть трактован и расцениваться рекламой. В телефонной беседе оператор Общества лишь пытался выяснить у конкретной организации наличие либо отсутствие потребности в приобретении конкретной тракторной техники.

С учетом того, что по сведениям содержащимся на сайте list-org.com ООО «С» осуществляет виды деятельности, связанные со строительством объектов недвижимости, а также арендой строительных машин и оборудования.

Данная организация была отобрана оператором Общества для звонка и предложения о сотрудничестве, поскольку виды ее коммерческой деятельности потенциально связаны со строительной техникой.

Вместе с тем, согласно 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.

В свою очередь из пункта 15 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 г № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует: согласно 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. Закон 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».

В свою очередь вопрос оператора Общества о «возможности переговорить с «ответственным лицом» по вопросу сотрудничества и потребности в технике» необходимо расценивать как направленный на получение согласия абонента, на получение рекламной информации, а не самой рекламой.

С учетом того, что в рассматриваемом случае абонент (заявитель <...>) ответил «нет» на вопрос о возможности передать координаты «ответственного сотрудника» и ответил «нет» на вопрос в потребности в производимой техники — оператор Общества прекратил беседу. Соответственно, рекламная информация как таковая не предоставлялась ООО «С» в виду отсутствующего согласия на ее получение.

Копия согласия заявителя <.> на получение рекламы от ООО «С-Т» отсутствует, отказ заявителя <.> от получения рекламы в адрес ООО «С-Т» не направлялся.

Архангельским УФАС России определением от 19.01.2023 по факту распространения рассматриваемой информации в отношении ООО «С-Т» возбуждено дело № 029/05/1831/2023 по признакам нарушения ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

ООО «С-Т» в заседании комиссии, состоявшейся 21.02.2023, поддержало позицию, представленную в направленных ранее письменных пояснениях и пояснило, что спорный звонок был направлен непосредственно в ООО «С», с которым Общество ранее сотрудничало.

В связи с необходимостью получения дополнительной информации, руководствуясь п. 32, 38, 41 Правил, определением от 21.02.2023 рассмотрение дела № 029/05/18-31/2023 отложено и назначено на 21.03.2023.

ООО «С-Т» представило в Управление копии документов, подтверждающие в 2020 году сотрудничество с ООО «С» (юридический адрес: 646800, О обл., Т рон, р.п. Т, Д переулок, д. 1; ИНН ..., ОГРН ...). Согласно договора поставки № ...от 28.09.2020 и спецификации к договору от 29.09.2020 ООО «С- Т» поставило ООО «С» лесной измельчитель BMS-150 Serpi-M (Италия).

Вместе с тем, представленные ранее ООО «С-Т» скриншоты с сайтов list-org.com, <https://www.find-org.com> содержат иную информацию об организации ООО «С», директором которой является заявитель <...>: юридический адрес: 164500, Аobl., г. С, пр-д С, д. 27, оф. ...: ИНН ...

Определением от 21.03.2023 рассмотрение дела № 029/05/18-31/2023 отложено на 11.04.2023.

Заявитель <...> письмом от 22.03.2023 () сообщил, что ООО «С» (ИНН ..., ОГРН , 164500, А область, г. С, проезд Г, д. 27, оф. ..), руководителем которого он является, не сотрудничало ранее и не сотрудничает в данный момент с ООО «С-Т».

Рассмотрение дела № 029/05/18-31/2023 состоялось 11.04.2023 в 10 часов 00 минут. Заявитель <...> и представитель ООО «С-Т» поддержали свои изложенные ранее позиции, дополнительных пояснений, доказательств сторонами не представлено.

Исследовав собранные по настоящему делу документы и материалы в их совокупности с учетом доводов лиц, участвующих в рассмотрении дела, и при этом не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения настоящего дела, Комиссия Архангельского УФАС России приходит к следующим выводам.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама - 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.

Объект рекламирования - 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается любое лицо, которому адресована реклама или которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю. Рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - гусеничной технике, производимой ООО «С-Т», 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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель 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.

В рассматриваемом случае под абонентом надлежит понимать гражданина <...>, проживающего в г. Се А области и сообщившего антимонопольному органу о том, что он не давал согласия на получение вышеприведенного телефонного звонка. Поскольку от рекламораспространителя — ООО «С-Т» в адрес антимонопольного органа не поступало доказательств получения от абонента — гражданина <...> предварительного согласия на распространение рассматриваемой рекламы, следует признать, что в данном случае согласие абонента на получение рекламы отсутствует.

Рекламораспространитель, прежде чем направить какому-либо лицу рекламу по сетям электросвязи, должен удостовериться, что данное лицо выразило свое согласие на получение рекламы.

При этом рекламораспространителем выступает лицо, которое совершило определенные действия по доведению рекламы до потребителя.

Инициатором телефонного звонка с предложением закупки гусеничной техники, производимой ООО «С-Т», без предварительного согласия абонента является ООО «С-Т», что подтверждается представленной ООО «Б» информацией, и Обществом не оспаривается. Сведений, опровергающих данный факт, материалы дела не содержат.

В связи с тем, что заявитель <...> утверждает, что не давал согласия на распространение рекламы путем направления телефонного звонка от отправителя ООО «С-Т», в Архангельском УФАС России сведения и документы о получении отправителем согласия абонента +7-9...на распространение ему рекламы по сетям электросвязи отсутствуют, распространение указанной рекламы противоречит требованиям части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

Документов, материалов, указывающих, что ООО «С-Т» приняты достаточные меры по соблюдению требований части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» при осуществлении телефонного звонка рекламного характера на телефонный номер заявителя <...>, Архангельским УФАС России при рассмотрении дела не получено, ООО «С-Т» не представлено.

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

Таким образом, реклама, направленная на телефонный номер +7-9... посредством телефонного звонка с предложением закупки гусеничной техники, поступившего 28.11.2022 в 09:07 с телефонного номера +7-9... с нарушением части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», является ненадлежащей.

Комиссия Архангельского УФАС России считает несостоятельным довод ООО «С-Т» о том, что телефонный звонок, направленный заявителю <...>, был предназначен юридическому лицу - ООО «С», с которым ранее сотрудничало и реализовывало технику, на основании следующего.

В письме от 16.01.2023 исх. № 12 Общество заявило, что абонентский номер +7-9... размещен в открытом доступе на сайте list-org.com, представив соответствующий скриншот страницы (ООО «С», ИНН ..., директор - К). Вместе с тем, представленная в материалы дела копия договора поставки № ...от 28.09.2020 свидетельствует о партнерских отношениях Общества с ООО «С» (ИНН...), юридическим регионом которого является О область, директором - В

Следовательно, источником информации об абонентском номере +7-9..., как заявляло ранее ООО «С-Т»,

является сайт list-org.com, опубликованные сведения которого не могут служить достаточным основанием для направления на абонентские номера информации рекламного характера.

ФЗ «О рекламе» возлагает обязанность доказывания факта наличия согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи на рекламораспространителя.

В силу п. 1 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.

В соответствии с ч. 1 ст. 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

При этом согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было не только однозначно идентифицировать такого абонента, но и подтвердить волеизъявление данного абонента на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя (пункт 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58).

В пункте 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что, поскольку Законом о рекламе не определен порядок и форма получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи, согласие может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Буквальное толкование указанных положений постановления Пленума ВАС РФ позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя.

Между тем согласие абонента на получение рекламы должно четко содержать волеизъявление лица на получение рекламы. В случае отсутствия четкого волеизъявления абонента реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента.

В связи с тем, что в заявлении заявитель указывает, что не давал согласия на распространение рассматриваемой рекламы на его абонентский номер, а Комиссией Архангельского УФАС России не установлено иное, то распространение указанной рекламы противоречит части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

Содержание разговора свидетельствует о том, что заявитель не был предупрежден о цели звонка и в нарушение требований ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе» представитель ООО «С-Т» предварительно не выяснил, согласен ли абонент на получение рекламы, в связи с чем рассматриваемая реклама распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, Комиссией Архангельского УФАС России в действиях ООО «С-Т» установлено нарушение части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», выразившееся в распространении на телефонный номер заявителя <...> рекламы посредством осуществления телефонного звонка 28.11.2022 в 09:07 с телефонного номера +7-9..., без предварительного согласия абонента на ее получение.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения указанной рекламы, ООО «С-Т» не представлено.

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 (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 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 ООО «С-Т» 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 по вопросу сотрудничества и закупки гусеничной техники, распространенную по сети подвижной радиотелефонной связи путем осуществления телефонного звонка с номера +7-9..., находящегося в пользовании ООО «С-Т», на абонентский номер +7-9..., находящегося в пользовании гражданина <...>, поскольку такая реклама нарушает требования ч. 1 ст. 18 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ООО «С-Т» рекламораспространителем, нарушившим требования ч. 1 ст. 18 Федерального закона «О рекламе».
3. Выдать ООО «С-Т» 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.