

Согласно списку адресатов

РЕШЕНИЕ
по делу № 077/05/18-20404/2020

Резолютивная часть оглашена «06» апреля 2021 года
В полном объеме изготовлено « » мая 2021 года

г. Москва

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 № 077/05/18-20404/2020, возбужденное в отношении ПАО «Вымпелком», ООО «СМС-центр», ООО «Альфа», ООО «Поколение Фитнес» по факту распространения на телефонный номер <...> рекламы посредством СМС-сообщения: «Только 27-29.08 12 мес 24 ч безлимит 13 000 р. FusionFitness +74950232141», поступившего 24.08.2020 в 16:10 от отправителя «FusionFit»,

в присутствии представителя ООО «Альфа» в лице генерального директора Общества <...>,

в отсутствие представителей ПАО «Вымпелком», ООО «СМС-центр», ООО «Поколение Фитнес»,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-20404/2020 возбуждено в отношении ПАО «Вымпелком», ООО «СМС-центр», ООО «Альфа», ООО «Поколение Фитнес» на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения на телефонный номер <...> от отправителя FusionFit рекламного СМС-сообщения «Только 27-29.08

12 мес 24 ч безлимит 13 000 р. FusionFitness +74950232141», поступившего 24.08.2020 в 16:10.

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.

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

ООО «СМС-центр» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 26.09.2011 за основным государственным регистрационным номером 1117746756489, ИНН 7724805644, КПП 770301001.

ООО «Альфа» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 11.11.2010 за основным государственным регистрационным номером 1107847376229, ИНН 7804448839, КПП 781001001.

ООО «Поколение Фитнес» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 08.08.2018 за основным государственным регистрационным номером 1187746737661, ИНН 7726437788, КПП 504701001.

Согласно материалам дела № 077/05/18-20404/2020 спорное СМС-сообщение на номер телефона <...> поступило 24.08.2020 в 16:10 от отправителя FusionFit.

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 — любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным абонентам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица,

предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

При этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

При этом в случае направления посредством 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.

В материалы дела не представлены доказательства, свидетельствующие о распространении рассматриваемой информации исключительно в адрес одного лица — заявителя. Сам по себе текст СМС-сообщения не содержит сведений, позволяющих говорить о персональной направленности спорного СМС-сообщения.

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-сообщения, в котором содержится предложение воспользоваться услугами по приобретению абонемента в фитнес клуб, 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 лица; 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.

В ответ на Определение о возбуждении производства по делу № 077/05/18-20404/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Поколение Фитнес» сообщило, что 09.08.2020 на сайте fusion-fitness.ru была оставлена заявка на имя «<...>», фамилия «<...>» с указанием телефонного номера <...>, а также выполнены следующие действия. Перед отправкой заявки пользователь принял пользовательское соглашение (без принятия пользовательского соглашения, отправить заявку технически невозможно) и выразил согласие на обработку персональных данных путем отметки соответствующей галочки. По мнению ООО «Поколение Фитнес», абонент выразил согласие на получение СМС-сообщений о проводимых акциях, существующих скидках от фитнес-клуба на указанный номер телефона посредством проставления галочки напротив отметки «Хочу получать информацию о скидках и акциях фитнес клуба по SMS». ООО «Поколение Фитнес» дополнительно сообщило, что соответствующее поле для согласия на получение СМС-сообщений не является обязательным для

заполнения. То есть ООО «Поколение Фитнес» полагает, что клиент мог оставить заявку на получение услуг и не подписываться (не выражать согласия) на получение СМС-сообщений, что ему было предложено по умолчанию, но галочка была отмечена абонентом, что, по мнению Общества, позволяет достоверно установить волеизъявление абонента на получение СМС-сообщений.

Комиссия Московского УФАС России, изучив доводы ООО «Поколение Фитнес», считает необходимым сообщить следующее.

В материалы дела представлены скриншоты электронной формы заявки, расположенной на сайте без указания ФИО, телефона, даты и времени заполнения представленной электронной формы заявителем, а также скриншот электронного письма от отправителя wordpress@fusion-fitness.ru получателю bagrations@fusion-fitness.ru, в котором указана следующая информация «Ф.И.О. - <...>. Телефон - +79636905112. Хочу получать информацию о скидках и акциях фитнес клуба по SMS – это сообщение отправлено с сайта Fusion Fitness (<https://fusion-fitness.ru>)».

Между тем, из представленных скриншотов невозможно однозначно идентифицировать лицо, которое заполнило заявку и сообщило номер заявителя, а равно не представляется возможным сделать вывод о том, что номер телефона <...> был сообщен именно его владельцем.

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. Согласно письму ФАС России от 11.11.2019 № ДФ/98054/19 «О надлежащих доказательствах при выявлении нарушения требований части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» согласие, полученное посредством заполнения каких-либо форм на сайтах в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», не позволяющих однозначно установить, кто именно дал согласие на получение рекламы, является ненадлежащим и влечет нарушение указанного требования статьи 18 Федерального закона «О рекламе», поскольку не позволяет подтвердить волеизъявление конкретного абонента на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Комиссия Московского УФАС России не может принять данное согласие, так как в материалах дела отсутствует информация и документы, подтверждающие факт заполнения указанного согласия именно заявителем, который указал, что не давал согласия на получение рекламы от отправителя «FusionFit» и не подписывал согласие на распространение рекламы.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии надлежаще выраженного согласия абонента телефонного номера <...> на получение рассматриваемых рекламных СМС-сообщений.

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 следующего СМС-сообщения:

«Только 27-29.08 12 мес 24 ч безлимит 13 000 р. FusionFitness +74950232141», поступившего 24.08.2020 в 16:10 от отправителя «FusionFit», 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 рекламодатель.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

Исходя из материалов дела №077/05/18-20404/2020 рассматриваемое рекламное СМС-сообщение распространялась на основании следующих последовательно заключенных договоров:

- Договор об оказании услуг связи «Билайн» № <...> от 22.09.2015 (далее — Договор 1), а также Дополнительное соглашение №2 от 01.10.2017 (далее — Дополнительное соглашение), заключенные между ПАО «Вымпелком» и ООО «СМС-центр»;

- Договор № <...> от 01.02.2017, заключенный между ООО «СМС-центр» и ООО «Альфа» (далее — Договор 2);

- Договор на оказание услуг № <...> от 19.07.2019, заключенный между ООО «Альфа» и ООО «Поколение фитнес» (далее — Договор 3).

Документально подтвержденной информации об участии иных лиц в распространении рекламного СМС-сообщения в материалы дела не представлено.

В соответствии с пунктом 1.1 Договора 1 договор регулирует отношения между ПАО «Вымпелком» и ООО «СМС-центр» при оказании ПАО «Вымпелком» услуг связи. В соответствии с условиями договора ПАО «Вымпелком» оказывает услуги связи Билайн, а ООО «СМС-центр» оплачивает на условиях настоящего договора оказанные услуги связи. Согласно пункту 1.2 Договора 1 под услугой понимается деятельность по приему, обработке, хранению, передаче, доставке сообщений электросвязи.

Согласно пункту 3.1 Договора 1 ПАО «Вымпелком» обязано предоставить ООО «СМС-центр» в пользование на период оказания услуг телефонные номера и/или уникальные коды идентификации: телефонные номера предоставляются при заключении договора на оказание услуг подвижной связи, уникальные коды идентификации предоставляются в момент начала фактического пользования услугой передачи данных на весь срок, необходимый для физического предоставления услуги.

В соответствии с пунктом 4.1 Договора 1 ООО «СМС-центр» обязано не использовать телефонный номер (в том числе уникальные коды идентификации) для проведения лотерей, голосований, конкурсов, викторин, рекламы, опросов, массовых рассылок, установки шлюзов для доступа в сети фиксированной связи, интернет-телефонии и других мероприятий, приводящих к нарушению работоспособности оборудования и устройств связи.

Согласно пункту 1.1 Дополнительного соглашения в рамках услуги «Партнерские СМС-сервисы» ПАО «Вымпелком» предоставляет ООО «СМС-центр»

услуги доступа к программно-аппаратному комплексу ПАО «Вымпелком» для формирования и рассылки коротких текстовых сообщений определенному кругу лиц (далее — услуги). Услуги предоставляются ООО «СМС-центр», действующему в интересах партнеров. Под партнерами в рамках Дополнительного соглашения понимаются клиенты ООО «СМС-центр», являющиеся конечными заказчиками рассылки коротких текстовых сообщений в рамках услуг.

Согласно пункту 4.2 Дополнительного соглашения ООО «СМС-центр» осуществляет рассылку коротких текстовых сообщений на телефонные номера только тех пользователей, которые предоставили ООО «СМС-центр» и/или партнерам свое предварительное согласие на получение рекламных, информационных и иных материалов путем рассылки коротких текстовых сообщений. В соответствии с положениями вводной части Дополнительного соглашения под пользователями понимаются клиенты ООО «СМС-центр» или партнеров, являющиеся пользователями услуг подвижной радиотелефонной связи ПАО «Вымпелком» и/или других операторов подвижной радиотелефонной связи, и на абонентские телефонные номера которых осуществляется рассылка коротких текстовых сообщений в интересах ООО «СМС-центр» или партнеров.

В соответствии с пунктом 4.8 Дополнительного соглашения в случае нарушения ООО «СМС-центр» пункта 4.2 Дополнительного соглашения ПАО «Вымпелком» вправе с предварительным уведомлением приостановить оказания услуг до устранения ООО «СМС-центр» соответствующих нарушений, в том числе, до предоставления подтверждения согласия, или расторгнуть Дополнительное соглашение в одностороннем порядке.

В соответствии с пунктом 2.1 Договора 2 ООО «СМС-центр» предоставляет ООО «Альфа» услуги доступа к сервису SMSC.RU для самостоятельной отправки сообщений из личного кабинета. Согласно пункту 2.2 Договора 2 ООО «Альфа» при пользовании услугами самостоятельно без участия ООО «СМС-центр» формирует базу телефонных номеров абонентов для рассылки сообщений, определяет содержание сообщений, производит набор текста и осуществляет рассылку сообщений абонентам и адресатам в соответствии с требованиями законодательства и условиями Договора 2.

Согласно пункту 3.2.5 Договора 2 ООО «Альфа» обязана не использовать подключение к сервису для рассылки СПАМа. При этом, пункт 1.11 устанавливает, что СПАМ — это, в том числе, рассылка сообщений рекламного характера, осуществленная без предварительного согласия абонентов или адресатов. Также в соответствии с пунктом 3.3.1 ООО «СМС-центр» вправе блокировать личный кабинет ООО «Альфа» при рассылке последним СПАМа.

В соответствии с пунктом 2.1 Договора 3 ООО «Альфа» оказывает услуги в объеме и на условиях, указанных в Договоре 3, а ООО «Поколение фитнес» оплачивает оказываемые услуги. Согласно пункту 1.9 Договора 3 под услугой понимаются действия ООО «Альфа» по предоставлению ООО «Поколение фитнес» технической возможности отправки СМС-сообщений абонентам. Под абонентом согласно пункту 1.2 Договора 3 понимается физическое или юридическое лицо, пользующееся услугами подвижной радиотелефонной связи, давшее письменное

согласие на обработку персональных данных и получение информационных СМС-сообщений, в том числе рекламного характера.

Согласно пункту 3.3.2 Договора 3 ООО «Поколение фитнес» обязано использовать услугу в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и настоящим договором и только для передачи СМС-сообщений абонентам, давшим согласие на их получение.

Комиссия приходит к выводу, что само по себе наличие цепочки взаимосвязанных договоров является свидетельством осуществления указанными лицами определенных действий направленных на доведение рекламы до ее получателей, а равно наличия у них статуса рекламодателя.

Исходя из анализа упомянутых положений договоров представляется возможным сделать вывод о том, что распространение рассматриваемого рекламного СМС-сообщения осуществлялось путем передачи СМС-сообщения последовательно от ООО «Поколение Фитнес» к ООО «Альфа», от ООО «Альфа» к ООО «СМС-центр», от ООО «СМС-центр» к ПАО «Вымпелком» в целях непосредственного доведения таких сообщений до их конечных получателей.

Вместе с тем, по смыслу части 1 статьи 18 Закона о рекламе, а также в целях соблюдения принципа справедливости юридической ответственности, при разрешении вопроса относительно признания лица распространителем рекламы необходимо исходить из наличия у такого лица возможности либо непосредственно ознакомиться с содержанием распространяемой рекламы, либо предполагать, что ее распространение станет возможным посредством его действий.

Следовательно, невозможно каким-либо образом снять ответственность любого из лиц, участвовавших в распространении рекламы посредством сетей электросвязи в связи с осуществлением таким лицом даже исключительно технических функций.

Обратное может привести либо к необоснованному возложению на лицо ответственности за чужие нарушения и, как следствие, несоблюдению конституционно закрепленного частью 1 статьи 19 Конституции Российской Федерации принципа всеобщего равенства перед законом и судом и предусмотренного частью 1 статьи 1 Гражданского кодекса Российской Федерации принципа юридического равенства участников гражданских правоотношений, либо, наоборот, к злоупотреблению своими правами со стороны участников таких правоотношений, стремящихся одновременно извлечь выгоду из своего незаконного поведения и избежать ответственности за совершенные нарушения, что противоречит законодательно закрепленным принципам добросовестности участников гражданских правоотношений (часть 3 статьи 1 Гражданского кодекса Российской Федерации), недопустимости извлечения преимуществ из своего незаконного и недобросовестного поведения (часть 4 статьи 1 Гражданского кодекса Российской Федерации), запрету на злоупотребление правом (часть 1 статьи 10 Гражданского кодекса Российской Федерации).

Таким образом, каждое лицо, участвующее в деле является неотъемлемой частью правоотношений, складывающихся в процессе передачи СМС-сообщений конечным потребителям. Отсутствие любого из них в этих правоотношениях сделает распространение указанных сообщений невозможным.

Согласно статье 309 Гражданского кодекса 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 делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

В этой связи действия лиц, участвующих в деле, противоречат ранее приведенным положениям договоров и, кроме того, не имеют правового значения, поскольку данные лица были осведомлены о цели использования предоставляемых ими услуг, а именно о рассылке СМС-сообщений информационного и рекламного характера неопределенному кругу лиц.

На основании изложенного, учитывая то обстоятельство, что действия по непосредственному доведению СМС-сообщения до его конечного получателя осуществлены лицами, участвующими в деле, а также то, что они были осведомлены относительно содержания передаваемых сообщений и о цели оказания ими соответствующих услуг, в данном случае имеются все основания считать ПАО «Вымпелком», ООО «СМС-центр», ООО «Альфа», ООО «Поколение Фитнес» рекламодателями рекламы, поступившей на телефонный номер <...>, посредством следующего СМС-сообщения:

«Только 27-29.08 12 мес 24 ч безлимит 13 000 р. FusionFitness +74950232141», поступившего 24.08.2020 в 16:10 от отправителя «FusionFit».

Каждый из хозяйствующих субъектов осуществил конкретное фактическое действие, в силу которых рассматриваемая реклама была доставлена конечному адресату - заявителю.

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, незаконной по способу распространения потребителю рекламы, сторонами не представлено.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ПАО «Вымпелком», ООО «СМС-центр», ООО «Альфа», ООО «Поколение Фитнес» уставлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении на телефонный номер <...> рекламы посредством следующего СМС-сообщения:

«Только 27-29.08 12 мес 24 ч безлимит 13 000 р. FusionFitness +74950232141», поступившего 24.08.2020 в 16:10 от отправителя «FusionFit».

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (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.

Согласно пункту 54 Правил добровольное устранение лицом (лицами) совершенного нарушения является основанием для антимонопольного органа не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Из материалов дела следует, что распространение спорной рекламы на телефонный номер заявителя носило единичный характер, сведения о продолжении распространения рекламы с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе в Московском УФАС России отсутствует.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписаний лицам, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе. При этом, в случае выявления новых фактов распространения ПАО «Вымпелком», ООО «СМС-центр», ООО «Альфа», ООО «Поколение фитнес» рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

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 «Вымпелком», ООО «СМС-центр», ООО «Альфа», ООО «Поколение Фитнес» нарушившими часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на телефонный номер <...> от отправителя FusionFit рекламного СМС-сообщения следующего содержания: «Только 27-29.08 12 мес 24 ч безлимит 13 000 р. FusionFitness +74950232141», поступившего 24.08.2020 в 16:10, выразившегося в распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы.

2. 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: <...>, тел.: 8(495) 784-75-05