



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ

по делу № 066/05/18-1381/2022

13 июля 2022 г.

г. Екатеринбург

Резолютивная часть объявлена 30.06.2022

В полном объеме изготовлено 13.07.2022

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

<...> – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии,

<...> – начальник отдела контроля органов власти, член Комиссии,

<...> – специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,

при участии в качестве:

- заявителя – физическое лицо (извещено, не явилось, подключение к видеоконференцсвязи не произведено),

- лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (рекламодатели и (или) рекламораспространители):

1) ООО «Т2 Мобайл» (ИНН 7743895280, ОГРН 1137746610088, юр. адрес: 108811, г. Москва, 22-й км Киевского шоссе (п. Московский), домовладение 6, стр. 1, 5 этаж, комн. 33) – <...> (доверенность № Д22/339 от 30.03.2022);

2) ООО Специализированный Застройщик «Астон.Событие» (ОГРН: 1196658021229, ИНН: 6658524043, КПП: 665801001, юрид. адрес: г. Екатеринбург, ул. Заводская, д. 75, оф. 1/3) – <...> (доверенность б/н от 17.05.2022),

3) ООО «Девино Телеком» (ОГРН: 1107746769162, ИНН: 7715829230, юр. адрес: 109443, г. Москва, ул. Юных Ленинцев, д. 83, к. 4, офис 41); извещено, не явилось, к видеоконференцсвязи подключение не произведено,

4) ООО «Манго Телеком» (ОГРН: 1037739829027, ИНН: 7709501144, юр. адрес: 117420, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 57, комн. 84); извещено, не явилось, к видеоконференцсвязи подключение не произведено,

- заинтересованного лица: Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу (далее – Управление Роскомнадзора по УрФО) – <...> (доверенность от 10.01.2022 № 8Д), <...>,

рассматривая в рамках Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, далее – Правила рассмотрения дел), дело, возбужденное по признакам нарушения ч.1ст. 18, ч.ч. 1,3,7 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело возбуждено определением от 26.04.2022 на основании сведений, содержащихся в заявлении физического лица (вх. № 01-9123 от 21.04.2022). Рассмотрение дела определением от 26.04.2022 назначено на 26.05.2022. Рассмотрение дела проводилось путем видеоконференцсвязи с использованием программы «TrueConf».

Определением от 26.05.2021 рассмотрение дела отложено на 30.06.2022 в 15:00.

В Федеральном законе от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» под информацией понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п. 1 ст. 2), а под распространением информации – действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9 ст. 2). Информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений (ч. 1 ст. 5). Законодательством РФ могут быть установлены **виды информации в зависимости** от ее содержания или обладателя (ч. 4 ст. 5).

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 (п. 1 ст. 3 Закона о рекламе).

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 (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

В обращении (вх. № 01-9123 от 21.04.2022) заявитель указал, что на его абонентский номер <...> 20.04.2022 в 16:59 с короткого номера «СОМ-PRO» поступило смс-сообщение следующего содержания: *«Ипотека 10,3 % на весь срок кредита. Новый квартал в центре Астон Событие. Ключи в этом году! astonsobytiye.pf/#mortgage Aston»*, согласия на получение которого заявитель не давал.

В соответствии с п. 22.1 ст. 2 и ст. 44.1 Закона о связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее – рассылка) – автоматическая передача абонентам коротких текстовых сообщений (сообщений, состоящих из букв и (или) символов, набранных в определенной последовательности) по сети подвижной радиотелефонной связи или передача абонентам коротких текстовых сообщений с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации, а также сообщений, передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи.

Согласно Письму Минкомсвязи России от 29.09.2014 № ДА-П12-17623, понятие «рассылка» следует рассматривать с точки зрения его лексического толкования, в соответствии с которым рассылкой является отправка разным адресатам сообщения одинакового содержания (реклама, газета, приглашение). Принимая это во внимание, рассылкой по сети подвижной радиотелефонной связи является массовая отправка одинаковых коротких текстовых сообщений (SMS) с целью распространения какой-либо информации (адресная электронная рассылка по целевой аудитории с целью доведения определенной информации).

«Короткий номер» предназначен для одновременной массовой отправки sms-сообщений широкому кругу лиц (Разъяснение ФАС России от 14.06.2012 «О порядке применения статьи 18 Федерального закона «О рекламе»).

Рассматриваемое смс-сообщение подпадает под понятие «рассылка», поскольку соответствует определению «рассылка», изложенному в п. 22.1 ст. 2 Закона о связи – является передачей абоненту короткого текстового сообщения с использованием нумерации, не

соответствующей российской системе и плану нумерации – смс-сообщение было передано с короткого номера – «COM-PRO».

ООО Специализированный застройщик «Астон.Событие» указал, что само смс-сообщение не содержит в себе информации о конкретном объекте рекламирования и, по сути, выступает в качестве информационного (рекламного) носителя, который, в силу технических ограничений объема смс-сообщения имеет незначительный физический размер.

Сообщение было направлено на 1 047 абонентских номеров, что подтверждается «Детализацией за период с 01.04.2022 по 30.04.2022», в том числе на абонентский номер <...>(20.04.2022 в 16:59). Иным образом указанный текст не распространялся.

Данное сообщение должно быть расценено по аналогии с контекстной рекламой, учитывая, что основной функцией такой рекламы, распространяемой путем размещения гиперссылок, является предоставление потребителю ссылки на конкретный источник информации об услуге, интерес к которой проявил сам потребитель (абонент). При этом целью распространения рекламного сообщения является первоочередное обращение внимания потребителя к конкретному информационному ресурсу (официальному сайту Застройщика) в сети Интернет, на который переадресует соответствующая гиперссылка, а не непосредственная реклама конкретного объекта рекламирования.

Вместе с тем, выдача контекстной рекламы происходит **после результата обработки поискового запроса пользователя в сети Интернет.**

Рассматриваемое смс-сообщение является рекламным, поскольку содержащаяся в нем информация направлена на привлечение внимания к **объекту рекламирования** – застройщику «Астон.Событие», формирование или поддержание интереса к застройщику и услугам, оказываемым застройщиком и их продвижение на рынке. Рассматриваемое сообщение является не информационным, а именно рекламным сообщением, так как предлагает к приобретению объекты долевого строительства с услугой ипотечного кредитования. Подобные смс-сообщения направляются не одному абоненту, а неопределенному кругу лиц и являются рекламой, завуалированной под индивидуальное сообщение. При этом реклама, завуалированная под индивидуальное сообщение, таковой не является (А60-58913/2020). Специфика связи с абонентами, сама по себе не может являться основанием для признания информации, содержащейся в смс-сообщении, как предназначенной исключительно для конкретного абонента.

Рассматривая реклама носит обобщенный характер, способна формировать интерес к объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила такая информация, но и у иного лица. Такие сведения не носят персонализированного характера, представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

В соответствии с **ч. 1 ст. 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. Реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, **если рекламораспространитель не докажет**, что такое согласие **было получено**.

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ (п. 4 ст. 3 Закона о рекламе).

Согласно ст. 2 Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (далее – Закон о персональных данных) его целью является обеспечение защиты прав

и свобод человека и гражданина при обработке его персональных данных, в том числе защиты прав на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну. Неприкосновенность частной жизни в силу [п. 1 ст. 150](#) ГК РФ является **нематериальным благом**, принадлежащим гражданину от рождения или в силу закона, **неотчуждаемым** и **непередаваемым** иным способом. При этом положения Закона о связи и Закона о рекламе о необходимости получения предварительного согласия субъекта персональных данных (абонента) **также направлены** на обеспечение и защиту прав субъектов персональных данных (Определение КС РФ от 23.06.2015 № 1537-О). Так, в Постановлении Девятого арбитражного апелляционного суда от 01.12.2020 по делу № А40-70758/2020 указано, что распространение рекламы **против воли** абонента является **формой его информационного насилия**.

Правила распространения рекламы по сетям подвижной радиотелефонной связи регулируются ч.1 ст.18 Закона о рекламе и ч. 1 ст. 44.1 Закона о связи:

ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе	ч. 1 ст. 44.1 Закона о связи
Распространение рекламы по сетям подвижной радиотелефонной связи допускается только при условии предварительного согласия абонента на получение рекламы.	Рассылка должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента на получение рассылки.
Реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено.	Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе не докажет, что такое согласие было получено.

При этом ни Закон о рекламе, ни Закон о связи не содержит таких понятий, как «Агрегатор», «Инициатор», а содержат понятия «Рекламораспространитель» и «Заказчик рассылки».

Абонентский номер <...>, на который поступило рекламное смс-сообщение, относится к ресурсу нумерации оператора связи ООО «Т2 Мобайл».

Рассылка по инициативе заказчика рассылки осуществляется на основании договора, заключенного с тем и только тем оператором подвижной радиотелефонной связи, абоненту которого и только которого предназначена рассылка. Предметом указанного договора являются услуги по осуществлению рассылки, оказываемые заказчику рассылки оператором сети подвижной радиотелефонной связи (ч. 2 ст. 44.1 Закона о связи), а рассылка, осуществляемая с нарушением данного требования Закона о связи, является незаконной (ч. 3 ст. 44.1 Закона о связи).

При этом структура отношений по оказанию услуг по осуществлению рассылки схожа с оказанием услуг почтовой связи, где почтовое отправление равнозначно короткому текстовому сообщению, адресат – абоненту, отправитель – заказчику рассылки, оператор почтовой связи – оператору сети подвижной радиотелефонной связи, но с одной лишь особенностью, что оператор почтовой связи, с которым отправитель заключает договор об оказании услуг, предопределяется адресатом, а не выбирается отправителем. Рассылка согласно п. 22.1 ст. 2 и ст. 44.1 Закона о связи осуществляется исключительно по сети подвижной радиотелефонной связи.

ООО «Т2 Мобайл» в письменных пояснениях (вх. № 01-11136 от 23.05.2022), а также представитель Общества при рассмотрении дела, сообщили следующее.

Направление смс-сообщения абоненту +<...> от отправителя «COM-PRO» осуществляло ООО «Девино Телеком» (ИНН: 7715829230, ОГРН: 1107746769162), с которым у ООО «Т2 Мобайл» заключен Договор № 221/SMS- BULK от 01.06.2015.

В соответствии с п. 1.25 Договора в редакции дополнительного соглашения к нему № 4 от 01.03.2018 (Приложение №1): «сервисы» - информация, которая может быть отнесена к сведениям рекламного, справочного или технического характера либо к сведениям, имеющим признак национальной или интернациональной принадлежности, и предназначенная для передачи абонентам или получателям сервисов ООО «Девино Телеком», выразившим свое предварительное согласие на получение такой информации.

Согласно пункту 3.2.8 указанного Договора в редакции дополнительного соглашения №4 от 01.03.2018 к Договору ООО «Девино Телеком», обязуется инициировать смс-рассылки с соответствующим сервисом только в отношении тех абонентов Исполнителей, которые выразили ООО «Девино Телеком», или его клиентам свое согласие на получение такого сервиса, путем совершения действий, однозначно идентифицирующих таких абонентов и позволяющих достоверно установить их волеизъявление.

Таким образом, согласие абонента +<...> на получение смс-сообщений от «COM-PRO» должно быть выражено в адрес ООО «Девино Телеком» или его клиентам.

Согласно пунктам 6.1, 6.2, 6.4 указанного Договора и дополнительного соглашения №4 от 01.03.2018 к Договору всю ответственность за содержание, достоверность и происхождение сервисов (информации) в SMS-МТ-сообщениях несет ООО «Девино Телеком», включая установление лица, в интересах которого осуществляется смс-рассылка. ООО «Девино Телеком» несет ответственность за несоответствие содержания сервисов требованиям законодательства Российской Федерации, в том числе (но, не ограничиваясь): Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В письме ФАС России от 28.04.2011 № АК/16266 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» Федеральной антимонопольной службой разъяснено, что обязанность по получению согласия и подтверждению наличия соответствующего согласия лежит на рекламодателе. При этом рекламодателем выступает лицо, которое совершило определенные действия по доведению рекламы до потребителя. В названном письме также обращено внимание на то, что поставщик услуг связи (телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи), который только обеспечил подключение к сети электросвязи и не осуществляет непосредственно распространение рекламы, рекламодателем не является.

Таким образом, **ООО «Т2 Мобайл» осуществляет лишь техническое обеспечение, не занимается ни рассылкой (не является рекламодателем), ни производством (не является рекламопроизводителем) рекламных смс-сообщений и не является заказчиком (инициатором/рекламодателем) направления рекламных смс-сообщений.**

ООО «Т2 Мобайл» как оператор связи не располагает сведениями о том, какая именно информация (рекламная или личного характера) включена отправителем в смс-сообщение и будет передана получателю.

При этом услуга передачи смс-сообщений отнесена к услугам связи, а, следовательно, при ее оказании оператор связи:

- не вправе отказывать в предоставлении услуги;

- обязан обеспечить абоненту и (или) пользователю возможность пользования услугами телефонной связи 24 часа в сутки (п. 6 Правил оказания услуг телефонной связи, утв. Постановлением Правительства РФ от 09.12.2014 №1342);

- обязан обеспечить соблюдение тайны связи (ст. 23 Конституции Российской Федерации и ст. 63 Федерального закона от 07.07.2003 г. № 126-ФЗ «О связи»);

Оказывая абонентам услуги по передаче смс-сообщений в рамках договора об оказании услуг связи, оператор осуществляет только передачу получателю информации,

сформированной отправителем, имея целью оказание услуги связи в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации.

Таким образом, **ООО «Т2 Мобайл» не занимается рассылкой (не является рекламодателем), производством (не является рекламопроизводителем) рекламных смс-сообщений, не является заказчиком (инициатором/рекламодателем) направления указанного в запросе смс-сообщения и не заключала договоров с кем-либо на его распространение.**

ООО «Девино Телеком» в письменных пояснениях указало следующее.

В ходе проверки установлен факт отправки следующего SMS-сообщения:

Дата отправки: 20.04.2022 г.

Телефонный номер получателя: <...> Отправитель: «COM-PRO»

Текст: «Ипотека 10,3% на весь срок кредита. Новый квартал в центре Астон Событие.

Ключи в этом году1 астонсобытие.рф/ttmortgageAston»

В рамках своей деятельности ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» оказывает услуги по предоставлению доступа к программно-аппаратному комплексу (платформе), которая позволяет клиентам осуществлять управление персональными коммуникациями со своими покупателями и заказчиками. В числе прочего функционалом платформы предусмотрена возможность самостоятельной отправки клиентом SMS-сообщений со своей компьютерной сети на телефонные номера абонентов. В этом сценарии платформа предоставляет клиенту техническую возможность подключения к сети операторов связи для осуществления рассылки. Клиент самостоятельно формирует базу абонентов, которым он намерен осуществить рассылку SMS-сообщений (путем загрузки базы через личный кабинет), формирует текст сообщений, определяет время рассылки и инициирует отправку. Подключая такую услугу, клиент обязуется осуществить рассылки только при наличии предварительного согласия абонентов, подтвержденного документально.

В ходе проверки было установлено, что отправителем (распространителем) обжалуемого SMS-сообщения является ООО «Манго Телеком» (ИНН: 7709501144, адрес: 117420, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 57, комн. 84, email b2b@mangdtele.com).

Между ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» и ООО «Манго Телеком» (Заказчик) заключен договор № ДТ-К/025471 от 01.03.2016 г., на основании которого и был предоставлен доступ к платформе. Факт исполнения договора также подтверждает актом об оказанных услугах и платежными поручениями об оплате услуг ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» в период отправки обжалуемого SMS-сообщений, приложенными к настоящему ответу.

В соответствии с п. 3.3.2, 3.3.4, 7.2. и 9.1. вышеуказанного договора, Заказчик обязан самостоятельно и за свой счет в обязательном порядке предварительно получить от Абонента, на мобильный терминал/электронный лотовый ящик которого планируется отправка сообщений, согласие, выраженное посредством совершения абонентом действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение сообщений. ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» обеспечивает пропуск через свою систему сообщений без проверки, редактирования и без изменения содержания и объема, предоставляя исключительно техническую возможность для рассылки сообщений, а Заказчик является рекламодателем и несет полную ответственность за соблюдение законодательства Российской Федерации, в том числе Закона о рекламе и Закона о связи.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем признается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» не формировало текста SMS-сообщения, не выбирало адресатов и не совершало действий по направлению SMS-сообщения конечному абоненту. Таким образом, рекламодателем обжалуемого SMS-сообщения является ООО «Манго Телеком», а платформа ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ»

является в данных отношениях лишь техническим средством, с использованием которого клиент осуществил рассылку.

Как указано в письме ФАС России от 28.06.2016 № АД/43839/16 «при определении рекламодателя смс-сообщения рекламного характера необходимо принимать во внимание все обстоятельства распространения такой рекламы, в том числе содержание заключенных договоров на распространение рекламы, права и обязанности сторон данных договоров. При этом в случае выявления рекламы, распространенной посредством смс-сообщений с «подменой номера», при которых непосредственный отправитель скрыт, выявление рекламодателя может вызвать дополнительные затруднения, однако порядок выявления лица, подлежащего привлечению к участию в деле, соответствует общему порядку выявления рекламодателя рекламы, распространяемой посредством смс-сообщений».

Следовательно, правовые отношения, связанные с рассылкой SMS-сообщений, допускают существование только одного рекламодателя, который является ответственным за обеспечение наличия предварительного согласия абонента. В рассматриваемом случае данным лицом является конечный заказчик рассылки.

Верховным Судом РФ при рассмотрении дела № А40-99475/2014 (постановление от 28.05.2015 № 305-АД 15- 2855), согласился с выводами суда апелляционной инстанции о том, что первая судебная инстанция необоснованно не приняла во внимание договор, заключенный между лицом, заключившим договор с оператором связи, и инициатором рассылки рекламы. По условиям этого договора именно инициатор рассылки определял перечень конечных получателей (абонентов) и гарантировал соответствие рекламы действующему законодательству, а агрегатор (лицо, заключившее договор с оператором связи) только предоставляло техническую возможность направления смс-сообщений. Аналогичным выводом были рассмотрены дела: Постановление ФАС СЗО от 29.04.2014 по делу № А66-3211/2013, Постановление ВС РФ от 02.08.2016 по делу № А40-38891/2015, Постановление Девятого ААС от 02.10.2015 по делу № А40- 77296/2015, Постановление Двенадцатого ААС от 13.10.2015 по делу № А06-5372/2015.

ООО «Манго Телеком» в письменных пояснениях указало следующее.

СМС - сообщение, направленное 20.04.2022 в 14:59 (по Московскому времени) на абонентский номер <...>с номера COM-PRO было инициировано клиентом ООО «Манго Телеком»:

ООО «АСТОН. ЕКАТЕРИНБУРГ»

ИНН: 6658445514 КПП: 665801001 ОГРН:1176658089112

Фактический адрес: РФ, 620043, г. Екатеринбург, ул. Заводская, дом 75, офис 1/3
Юридический адрес: РФ, 620043, г. Екатеринбург, ул. Заводская, дом 75, офис 1/3 Контактный телефон: +7(903)086-46-76 Контактный e-mail: ekaterinburgOastongroup. ru

20.05.2021 г. посредством принятия публичной оферты через личный кабинет был заключен договор оказания услуг связи и предоставление прав на программный продукт с ООО «АСТОН. ЕКАТЕРИНБУРГ», присвоен лицевой счет 16886695. Согласно заключенного договора клиенту предоставляются иные услуги, технологически неразрывно связанные с услугами телефонной связи и направленный на повышение потребительской ценности.

В том случае, если имело место распространения рекламы с использованием выделенного телефонного номера, ответственность за указанные действия лежит на абоненте.

Согласно пункту 17.5. Условий оказаний услуг связи ООО «Манго Телеком», абонент не должен злоупотреблять правами, предоставленными ему по договору, в том числе, не использовать услуги для совершения противоправных действий.

ООО Специализированный застройщик «Астон.Событие» сообщило, что 13.05.2021 между ООО «Манго Телеком» и ООО «Астон. Екатеринбург» заключены договор об оказании

услуг связи № 16906042 и лицензионный договор № PBX#P112574, на основании которых последнему предоставляются услуги связи для обеспечения возможности использования виртуальной АТС для осуществления телефонных звонков и направления СМС-сообщений.

В соответствии с условиями договора об оказании услуг связи № 16906042 от 13.05.2021 между ООО «Манго Телеком» (Оператор) и ООО «Астон. Екатеринбург» (Абонент), ООО «Манго Телеком» оказывает услуги, согласованные сторонами в Бланке заказа к договору, именуемые в дальнейшем «Услуги» (п. 1.1 договора). Согласно п. 1.4 договора абонентский номер/номер доступа к Услугам/уникальный код идентификации, выделенный Абоненту при заключении договора, указывается в Бланке заказа к договору.

В соответствии с Бланком заказа к договору об оказании услуг связи № 16906042 от 13.05.2021, ООО «Манго Телеком» оказывает ООО «Астон.Екатеринбург» следующие услуги:

- Услуги связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации (предоставление доступа к сети связи, предоставление соединений по сети передачи данных для целей передачи голосовой информации, предоставление доступа к услугам связи по передаче голосовой информации, оказываемым другими операторами связи);

- Иные услуги, технологически неразрывно связанные с услугами связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации и направленные на повышение их потребительской ценности.

- Услуги внутризонавой телефонной связи (предоставление внутризонавых телефонных соединений);

- Иные услуги, технологически неразрывно связанные с услугами телефонной связи и направленные на повышение их потребительской ценности (на основании обращения Абонента).

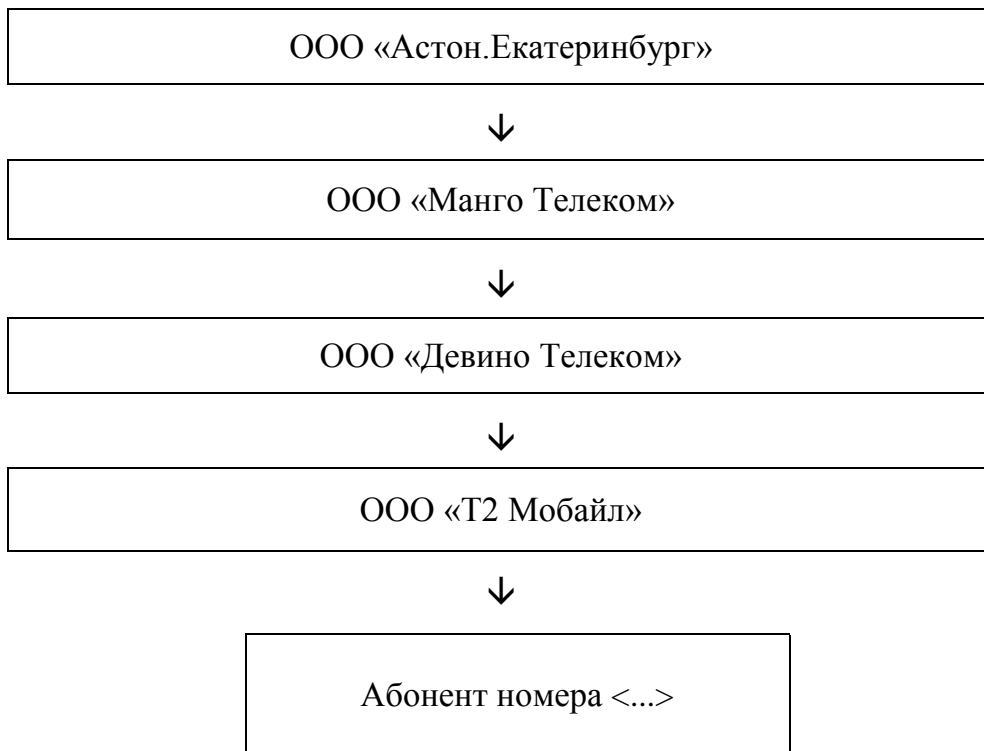
ООО «Манго телеком» в письменных пояснениях указало, что заключен договор оказания услуг связи от 13.05.2021 и предоставление прав на программный продукт с ООО «АСТОН. ЕКАТЕРИНБУРГ». Согласно заключенного договора клиенту предоставляются иные услуги, технологически неразрывно связанные с услугами телефонной связи и направленный на повышение потребительской ценности.

ООО «Девино Телеком» в письменных пояснениях, указало что в рамках своей деятельности ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» оказывает услуги по предоставлению доступа к программно-аппаратному комплексу (платформе), которая позволяет клиентам осуществлять управление персональными коммуникациями со своими покупателями и заказчиками. В числе прочего функционалом платформы предусмотрена возможность самостоятельной отправки клиентом SMS-сообщений со своей компьютерной сети на телефонные номера абонентов. В этом сценарии платформа предоставляет клиенту техническую возможность подключения к сети операторов связи для осуществления рассылки. Клиент самостоятельно формирует базу абонентов, которым он намерен осуществить рассылку SMS-сообщений (путем загрузки базы через личный кабинет), формирует текст сообщений, определяет время рассылки и инициирует отправку. Подключая такую услугу, клиент обязуется осуществить рассылки только при наличии предварительного согласия абонентов, подтвержденного документально. Между ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» и ООО «Манго Телеком» (Заказчик) заключен договор № ДТ-К/025471 от 01.03.2016 г., на основании которого и был предоставлен доступ к платформе.

ООО «Т2 мобайл» пояснило, что отправка смс – сообщения была осуществлена ООО «Девино Телеком» (ИНН: 7715829230, ОГРН: 1107746769162), с которым у ООО «Т2 Мобайл» заключен Договор № 221/SMS- BULK от 01.06.2015. ООО «Т2 Мобайл» осуществляет лишь техническое обеспечение, не занимается ни рассылкой (не является рекламодателем), ни производством (не является рекламопроизводителем) рекламных смс-сообщений и не является заказчиком (инициатором/рекламодателем) направления рекламных смс-сообщений. Оказывая абонентам услуги по передаче смс-сообщений в рамках договора об оказании услуг связи, оператор осуществляет только

передачу получателю информации, сформированной отправителем, имея целью оказание услуги связи в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации.

Таким образом, исходя из анализа положений указанных договоров представляется возможным сделать вывод о том, что распространение смс-сообщений в данном случае осуществляется в целях непосредственного доведения таких сообщений до конечных получателей следующим образом:



Таким образом, договор, предусмотренный ч. 2 ст. 44.1. Закона о связи был заключен между ООО «Т2 Мобайл» (оператор связи, абоненту которого предназначена рассылка) и ООО «Девино Телеком» (заказчик рассылки). При этом каких-либо ограничений по заключению между ООО «Астон. Екатеринбург» и ООО «Манго Телеком» Договора оказания услуг связи Закон о связи не содержит.

В соответствии с ч. 6 ст. 45 Закона о связи, абонент вправе обратиться к оператору подвижной радиотелефонной связи с требованием о прекращении передачи на его пользовательское оборудование (оконечное оборудование) коротких текстовых сообщений с указанием абонентского номера или уникального кода идентификации, которые содержатся в таких сообщениях и от получения которых абонент отказывается, за исключением сообщений, передача которых осуществляется оператором подвижной радиотелефонной связи в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Оператор подвижной радиотелефонной связи без взимания платы с абонента обязан прекратить рассылку по сети подвижной радиотелефонной связи на пользовательское оборудование (оконечное оборудование) абонента с абонентского номера или уникального кода идентификации, указанных в обращении абонента.

Согласно понятиям, используемым в Законе 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 (п. 1 ст. 2);

идентификатор пользовательского оборудования (оконечного оборудования) – идентификационный номер пользовательского оборудования (оконечного оборудования), в котором предусмотрена возможность использования идентификационного модуля (п. 3.1-1 ст. 2);

идентификационный модуль – электронный носитель информации, который используется в пользовательском оборудовании (оконечном оборудовании) и с помощью которого осуществляется идентификация абонента, и (или) пользователя услугами связи абонента – юридического лица либо индивидуального предпринимателя, и (или) пользовательского оборудования (оконечного оборудования) и обеспечивает доступ оборудования указанных абонента или пользователя к сети оператора подвижной радиотелефонной связи (п. 3.2 ст. 2);

нумерация – цифровое, буквенное, символьное обозначение или комбинации таких обозначений, в том числе коды, предназначенные для однозначного определения (идентификации) сети связи и (или) ее узловых или оконечных элементов (п. 9 ст. 2);

рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи – автоматическая передача абонентам коротких текстовых сообщений (сообщений, состоящих из букв и (или) символов, набранных в определенной последовательности) по сети подвижной радиотелефонной связи или передача абонентам коротких текстовых сообщений с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации, а также сообщений, передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи (п. 22.1 ст. 2);

ресурс нумерации – совокупность или часть вариантов нумерации, которые возможно использовать в сетях связи (п. 23 ст. 2).

Абонентский номер – телефонный номер, однозначно определяющий (идентифицирующий) оконечный элемент сети связи или подключенную к сети подвижной связи абонентскую станцию (абонентское устройство) с установленным в ней (в нем) идентификационным модулем (Правила оказания услуг телефонной связи, утв. Постановлением Правительства РФ от 09.12.2014 № 1342).

Идентификация – совокупность мероприятий по установлению сведений о лице и их проверке, осуществляемых в соответствии с федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами, и сопоставлению данных сведений с уникальным обозначением (уникальными обозначениями) сведений о лице, необходимым для определения такого лица (п. 21 ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»).

Согласно п. 8 ст. 46 Закона о связи оператор подвижной радиотелефонной связи, обеспечивающий передачу короткого текстового сообщения абонента, инициирующего отправку такого сообщения, при передаче такого сообщения обязан передавать в неизменном виде абонентский номер, выделенный данному абоненту на основании договора об оказании услуг связи.

Согласно п. 9 ст. 46 Закона о связи, Оператор связи, с сети связи которого инициируется телефонный вызов, обязан передавать в сеть связи другого оператора связи, участвующего в установлении телефонного соединения, в неизменном виде абонентский номер, выделенный на основании договора об оказании услуг связи абоненту, инициировавшему телефонный вызов.

Оператор связи обязан прекратить оказание услуг связи и (или) услуг по пропуску трафика в свою сеть связи в случае, если у оператора связи, участвующего в установлении соединения, в том числе для передачи короткого текстового сообщения, отсутствует

информация об абонентском номере или уникальном коде идентификации абонента, инициировавшего это соединение (п. 10 ст. 46 Закона о связи).

В содержании рассматриваемого короткого текстового сообщения отсутствует абонентский номер или уникальный код идентификации.

Представитель ООО «Т2 Мобайл» при рассмотрении дела пояснила, что агрегатору – ООО «Девино Телеком» не выделяется абонентский номер. Представитель ООО «Т2 Мобайл» также пояснила, что, по мнению Общества, положения ч. 6 ст. 45 Закона о связи к отношениям между ООО «Т2 Мобайл» и ООО «Девино Телеком» не применяются.

На заседании комиссии, представитель Управления Роскомнадзора указал, что заключение договоров между: ООО Астон. Екатеринбург-ООО «Манго Телеком» - ООО «Девино Телеком» - ООО «Т2 Мобайл» без присвоения абонентского номера и уникального кода идентификация можно считать незаконным в соответствии со ст. 44.1 Закона о связи, оператор связи должен присваивать номер, чтобы определить лицо в действиях которого имеются признаки нарушения в том числе Закона о рекламе.

ООО Специализированный Застройщик «Астон.Событие» в письменных пояснениях (вх. № 01-11082 от 20.05.2022), а также при рассмотрении дела, сообщило, что ООО СЗ «Астон. Событие» является застройщиком Объекта: «Многоэтажная жилая секция С1 (№ 1 по ПЗУ) со встроенными нежилыми помещениями общественного назначения, встроенно-пристроенной подземной автостоянкой (№ 2 по ПЗУ), блочная комплексная трансформаторная подстанция (№ 3 по ПЗУ) - 1 этап строительства» на основании разрешения на строительство № RU 66302000-2090-2020 от 03.12.2020.

Исполнение полномочий единоличного исполнительного органа ООО СЗ «Астон. Событие» возложено на ООО «Астон. Екатеринбург» на основании Договора от 15.03.2019. Таким образом, руководство текущей деятельностью ООО СЗ «Астон. Событие», а также совершение от имени и в интересах данного Общества любых сделок и иных юридических действий осуществляется ООО «Астон. Екатеринбург» в лице директора Трапезникова В.А.

С использованием предоставленного ООО «Манго Телеком» программного обеспечения Бусыгин П.Г. в период с 18 по 20 апреля 2022 г. осуществил рассылку смс-сообщений на мобильные номера граждан – клиентов, предоставленных ими при обращении в отдел продаж ООО «Астон. Екатеринбург» как непосредственно, так и через средства связи, в том числе Интернет.

Сообщение было направлено на 1 047 абонентских номеров, что подтверждается «Детализацией за период с 01.04.2022 по 30.02.2022», в том числе на абонентский номер <...>(20.04.2022 в 16:59). Иным образом указанный текст не распространялся.

Согласно внутренней базе данных клиентов ООО «Астон. Екатеринбург» 20.11.2021 в 12:08 на рабочий телефон отдела продаж ООО «Астон. Екатеринбург» поступил вызов с абонентского номера <...>, который был пропущен сотрудником в связи с тем, что указанный день являлся выходным (суббота).

23.11.2021 в 10:07 работник отдела продаж <...> связалась по указанному номеру мобильного телефона с абонентом, после чего внесла в базу данных информацию о потенциальном клиенте: <...>, а также сведения о том, что действовавшие на момент общения с клиентом коммерческие предложения Застройщика его не устроили.

ООО Специализированный Застройщик «Астон. Событие» также представило скриншот из базы данных клиентов с информацией о взаимодействии с клиентом:

Таким образом, <...> собственными действиями проявил интерес к информации о строящихся Застройщиком объектах недвижимости и сообщил свои персональные данные.

ООО Специализированный застройщик «Астон.Событие» считает, что при оценке спорной рекламы на соответствие нормам Закона о рекламе необходимо учитывать, что рекламное сообщение было направлено абоненту исходя из факта, проявленного им личного интереса к приобретению квартир у Застройщика.

На вопрос комиссии о том, какой промежуток времени прошел между телефонным звонком, совершенным заявителем в адрес ООО Специализированный застройщик «Астон.Событие» и направлением ему смс-сообщения от данной компании, представитель ООО Специализированный застройщик «Астон. Событие» указал, что 20.11.2021 был пропущен звонок от заявителя в адрес застройщика «Астон. Событие», но так как в данный день был выходной, соответственно, ему перезвонили в понедельник 23.11.2021, а смс – сообщение направили уже непосредственно 20.04.2022. 23.11.2021 заявитель при разговоре с сотрудником отдела продаж «Астон. Событие» также сообщил свои персональные данные (<...>) после чего, соответственно, они были внесены в базу данных застройщика.

Заявителю направили единственное смс-сообщение о конкретном объекте, который его интересовал.

На вопрос комиссии о том озвучивал ли заявитель просьбу о направлении ему смс-сообщения или поступления в его адрес звонков с интересующей его информацией об объектах застройщика «Астон.Событие», представитель ООО Специализированный застройщик «Атон Событие» затруднился ответить, так как в отделе продаж разговоры не записываются и уже прошло много времени.

На вопрос представителя Управления Роскомнадзора о том, давал ли заявитель согласие ООО «Т2 Мобайл» на получение рекламного смс-сообщения от ООО «Т2 Мобайл» или третьих лиц. ООО «Т2 Мобайл» представило договор об оказании услуг связи заявителя, где последний указал, что не согласен на возможность получения рекламной информации, распространяемой по сетям связи.

Заявитель в письменных пояснениях (вх. № 1939 от 06.07.2022) указал следующее.

Заявитель никогда не обращался в компанию ООО Специализированный застройщик «Астон.Событие» и не проявлял к предоставляемым товарам и услугам никакого интереса. Информация о том, что некий работник отдела продаж связывался с заявителем 23.11.2021 в 10:07 и предлагал товары или услуги на законных основаниях, не соответствует действительности. Согласие на обработку персональных данных и на получение рекламы на абонентский номер заявителя он не предоставлял. Надлежащих доказательств обратного рекламодателем не представлено. Учитывая тот факт, что рекламодателю стали известны персональные данные заявителя, которые последний ему не сообщал, речь идет об их незаконном получении, хранении и обработке.

Отношения, связанные с обработкой персональных данных, регулируются Законом о персональных данных.

В соответствии со ст. 3 Закона о персональных данных персональные данные – это любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному, или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных).

Как следует из положений ст. 8 Закона о персональных данных, к персональным данным можно отнести фамилию, имя, отчество, год и место рождения, адрес, абонентский номер, сведения о профессии и иные персональные данные, то есть ту информацию, которая позволяет идентифицировать конкретного человека. При этом приведенный перечень является открытым.

Принцип идентификации физического лица по фамилии, имени, отчеству из всего массива информации не является единственно возможным критерием отнесения

обработанных сведений к персональным данным ([Письмо Роскомнадзора от 20.01.2017 №08АП-6054](#)).

Абонентский номер и адрес электронной почты могут быть признаны персональными данными в том случае, когда такая информация относится к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу. Например, абонентский номер, принадлежащий юридическому лицу, не может рассматриваться в качестве персональных данных ([Письмо Минкомсвязи России от 07.07.2017 № П11-15054-ОГ](#)).

Согласно п. 2 Правил оказания услуг телефонной связи, абонентский номер – это телефонный номер, однозначно определяющий (идентифицирующий) окончательный элемент сети связи или подключенную к сети подвижной связи абонентскую станцию (абонентское устройство) с установленным в ней (в нем) идентификационным модулем. Также, в Правилах оказания услуг телефонной связи закреплено, что к пользовательскому (оконечному) оборудованию относится информация, связанная с местным, междугородним, международным телефонными соединениями.

Таким образом, номер телефона будет являться персональными данными в совокупности с дополнительной информацией, позволяющей отнести его к конкретному физическому лицу.

Согласно п. 1 Положения о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (утв. Постановлением Правительства РФ от 16.03.2009 № 228 «О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций», далее – Положение о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций) Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти по защите прав субъектов персональных данных.

Согласно п. 5.1 (1) Положения о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, указанный орган обеспечивает, организует и осуществляет государственный контроль и надзор за соответствием обработки персональных данных требованиям Федерального закона «О персональных данных» и принятых в соответствии с ним нормативных правовых актов.

Управление Роскомнадзора по УрФО в письменных пояснениях (вх. № 01-5977 от 15.03.2022), относительно законности осуществления обработки персональных данных заявителя со стороны ООО Специализированный застройщик «Астон. Событие» сообщило следующее.

Исходя из содержания материалов, представленных в адрес Управления, 20.04.2022 на номер телефона Заявителя с короткого номера «COM-PRO» поступило смс-сообщение следующего содержания: «Ипотека 10,3% на весь срок кредита. Новый квартал в центре Астон Событие. Ключи в этом году! асТОНсобrrae^/#mortgage Aston».

Таким образом, при направлении сообщения осуществлена обработка номера телефона, в связи с чем, поясняем следующее.

Отношения, связанные с обработкой персональных данных, регулируются Законом о персональных данных.

В соответствии со ст. 3 Закона о персональных данных, персональные данные - это любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных).

Согласно п. 2 Правил оказания услуг телефонной связи, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 09.12.2014 № 1342 «О порядке оказания услуг телефонной связи» (далее - Правила оказания услуг телефонной связи) абонентский номер - это телефонный номер, однозначно определяющий (идентифицирующий) окончательный элемент сети связи или

подключенную к сети подвижной связи абонентскую станцию (абонентское устройство) с установленным в ней (в нем) идентификационным модулем.

Также, в Правилах оказания услуг телефонной связи закреплено, что к пользовательскому (оконечному) оборудованию относится информация, связанная с местным, междугородним, международным телефонными соединениями.

Таким образом, номер телефона будет являться персональными данным исключительно в совокупности с дополнительной информацией, позволяющей отнести его к конкретному физическому лицу, в связи с чем в указанном случае оснований для принятия Управлением соответствующих мер реагирования не имеется.

В связи с вышеизложенным, Управление полагает, что в действиях ООО СЗ «Астон», выраженных в направлении на номер телефона Заявителя вышеуказанного сообщения, отсутствуют признаки нарушения требований действующего законодательства Российской Федерации в области персональных данных.

Представитель ООО Специализированный застройщик «Астон.Событие» указал, что 23.11.2021 сотрудник отдела продаж в ходе разговора предоставил заявителю ответы на поставленные вопросы последним, вместе с тем, спустя пять месяцев (20.04.2022) было направлено смс-сообщение, с информацией об объекте, который его интересовал.

Представитель ООО Специализированный застройщик «Астон.Событие» пояснил, после направления смс-сообщения (20.04.2022) запись о контактных данных заявителя была удалена - 18.05.2022.

Представитель Управления Роскомнадзора на заседании комиссии указал, что как ранее сообщил представитель застройщика «Астон.Событие» сотрудником отдела продаж «Астон.Екатеринбург» 20.11.2021 был пропущен звонок связи с тем, что указанный день являлся выходным (суббота), 23.11.2021 сотрудник отдела продаж связался по указанному номеру мобильного телефона с абонентом, после чего была внесена в базу данных информация о потенциальном клиенте (ФИО), далее сотрудник отдела продаж перезвонил заявителю в целях вероятного заключения договора, но в итоге договор заключен не был, в связи с чем в случае достижения цели обработки персональных данных оператор обязан прекратить обработку персональных данных или обеспечить ее прекращение (если обработка персональных данных осуществляется другим лицом, действующим по поручению оператора) и уничтожить персональные данные или обеспечить их уничтожение (если обработка персональных данных осуществляется другим лицом, действующим по поручению оператора) в срок, не превышающий тридцати дней с даты достижения цели обработки персональных данных (ч. 4 ст. 21 Закона о персональных данных).

Далее представитель ООО Специализированный застройщик «Астон.Событие» указал, что в базу данных внесена была запись только о номере телефона заявителя, вместе с тем в письменных пояснениях ООО Специализированный застройщик «Астон.Событие» (вх. № 01-11082 от 20.05.2022), а также при рассмотрении дела представитель указывал, что помимо номера телефона заявителя также была внесена информация о потенциальном клиенте: <...>.

ООО Специализированный застройщик «Астон Событие» в письменных пояснениях, а также представитель на заседании комиссии указал следующее.

Нарушение **ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе** не может быть вменено ООО СЗ «Астон. Событие», поскольку в рекламном сообщении объектом рекламирования является строительство многоквартирного дома, а также возможность приобретения объектов долевого строительства с услугой ипотечного кредитования.

Согласно указанной норме Закона о рекламе если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в

соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Вместе с тем, в соответствии с п. 2 ст. 1 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» настоящий Федеральный закон не применяется к отношениям, возникающим в связи с предоставлением потребительского кредита (займа), обязательства заемщика по которому обеспечены ипотекой.

Кроме того, Закон о рекламе в ст. 3 определяет рекламу как информацию, распространяемую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Как уже было упомянуто, ООО СЗ «Астон. Событие» является застройщиком, осуществляющим строительство жилого многоквартирного дома с привлечением финансовых средств участников долевого строительства, поэтому объектом рекламирования в распространенном рекламном сообщении является строительство многоквартирного дома. Застройщик не относится к категории финансовых организаций, не оказывает финансовых услуг, а упоминает о возможности приобретения объектов долевого строительства с услугой ипотечного кредитования в качестве одного из своих конкурентных преимуществ.

Таким образом, целевой направленностью рекламного сообщения является продажа квартир, Застройщик не заинтересован в непосредственной рекламе финансовых услуг и не осуществляет их рекламирование.

ООО СЗ «Астон. Событие» действительно является рекламодателем рекламы, распространенной путем передачи СМС-сообщения вышеуказанного содержания на мобильный телефон <...> (абонент).

Указанная реклама по своему содержанию представляет собой активную гиперссылку с переходом на следующую страницу интернета - [https:// астонсобытие.рф#mortgage](https://астонсобытие.рф#mortgage), где во исполнение требований ст. 28 Закона о рекламе, содержится подробная информация о застройщике, строящемся объекте недвижимого имущества со сведениями о проектной декларации, а также все условия ипотечного кредитования, а именно: «7,7% - ставка по программе Ипотека с господдержкой с учетом субсидии. Действует до окончания срока строительства ЖК "Астон Событие", после ввода в эксплуатацию ставка от 11,7% годовых. Ставка 10,3% - на весь срок кредита. ПАО Сбербанк. Лицензия 1481. ПВ -15%, максимальный размер кредита 6 000 000р. Необходимо страхование жизни и здоровья заемщика. Обязательна электронная регистрация сделок. Предложение действительно в период с 07.04.2022 по 01.07.2022г. Предложение действительно в период с 07.04.2022 по 01.07.2022 г. вкл. Подробнее об условиях, необходимых документах и ограничениях на www.sberbank.ru.»

Само смс-сообщение не содержит в себе информации о конкретном объекте рекламирования и, по сути, выступает в качестве информационного (рекламного) носителя, который, в силу технических ограничений объема смс-сообщения имеет незначительный физический размер. В то же время указанное сообщение имеет гиперссылку непосредственно на сайт рекламодателя в сети Интернет, где и размещается информация об объекте рекламирования.

Гиперссылка – это часть гипертекстового документа, ссылающаяся на другой элемент (команда, текст, заголовок, примечание, изображение) в самом документе либо на другой объект (файл, директория, приложение), расположенный на локальном компьютере или в компьютерной сети и сети Интернет.

При этом главное отличие гипертекста от обычного текста заключается в том, что в обычном тексте ссылки пассивны, то есть носят декларативный характер (нужный материал придется искать самостоятельно). Вместе с тем ссылки в гипертекстовом документе активны - щелчок по ней позволяет браузер загрузить информацию или новый документ автоматически

и без участия пользователя. Объем текста такого рекламного сообщения незначителен и позволяет потребителю (абоненту) получить интересующую его информацию.

Данное сообщение должно быть расценено по аналогии с контекстной рекламой, учитывая, что основной функцией такой рекламы, распространяемой путем размещения гиперссылок, является предоставление потребителю ссылки на конкретный источник информации об услуге, интерес к которой проявил сам потребитель (абонент). При этом целью распространения рекламного сообщения является первоочередное обращение внимания потребителя к конкретному информационному ресурсу (официальному сайту Застройщика) в сети Интернет, на который переадресует соответствующая гиперссылка, а не непосредственная реклама конкретного объекта рекламирования.

Указанное рекламное сообщение не направлено на импульсивное восприятие потребителем (абонентом) информации, а наоборот, предполагает необходимость и даёт реальную возможность беспрепятственного и мгновенного перехода к интересующей информации в полном объёме в любое время.

То обстоятельство, что для ознакомления с информацией обо всех существенных условиях объекта рекламирования необходимо перейти по ссылке (нажав на неё) не свидетельствует о том, что потребитель (абонент) сталкивался с какими-либо ограничениями, трудностями в определении последовательности своих дальнейших действий по своему собственному усмотрению.

Недостаточная информированность потребителей обо всех условиях объекта рекламирования (в случае недобросовестного поведения рекламодателя / рекламодателя), может ввести в заблуждение лицо, имеющего интерес к объекту рекламирования, именно поэтому Закон о рекламе обязывает формировать у её потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующем товаре (работе, услуге).

В рассматриваемом случае основополагающим является не просто получение информации исключительно из самого смс-сообщения, а обеспечение возможности потребителю (абоненту) обращения к информационному ресурсу (официальному сайту рекламодателя) для ознакомления со всеми необходимыми сведениями об объекте рекламирования в целях формирования у него правильного представления относительно предлагаемых Застройщиком условий приобретения объектов долевого строительства и возможности их приобретения с использованием ипотечного кредитования.

То есть, само сообщение носит контекстный характер, является, по сути, ответом на проявленный потребителем (абонентом) интерес к товару, предлагаемому Застройщиком и направлено на предоставление потребителю (абоненту) ссылки на конкретный источник с полным объёмом информации о товаре.

Учитывая указанную специфику, распространения информации с использованием гиперссылки, а также наличие на сайте рекламодателя всех существенных условий, предъявляемых Законом к объекту рекламирования, а также то обстоятельство, что потребителю (абоненту) не требуется каких-либо специальных (особых) усилий для получения всей интересующей его (и предусмотренной Законом о рекламе) информации, отсутствует факт того, что при получении потребителем (абонентом) гиперссылки искажался смысл рекламы, либо потребитель (абонент) каким-либо образом был введен в заблуждение относительно конкретных условий реализации Застройщиком объектов долевого строительства.

Необходимость применения общих правил распространения рекламы на сайтах в сети Интернет, но с учетом особенностей размещения информации в такой сети, обусловлена положениями п. 6 Постановления Пленума ВС РФ от 15.06.2010 № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации».

Согласно указанной норме Закона о рекламе если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа,

содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Вместе с тем, в соответствии с п. 2 ст. 1 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» настоящий Федеральный закон не применяется к отношениям, возникающим в связи с предоставлением потребительского кредита (займа), обязательства заемщика по которому обеспечены ипотекой.

Кроме того, Закон о рекламе в ст. 3 определяет рекламу как информацию, распространяемую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Как уже было упомянуто, ООО СЗ «Астон. Событие» является застройщиком, осуществляющим строительство жилого многоквартирного дома с привлечением финансовых средств участников долевого строительства, поэтому объектом рекламирования в распространенном рекламном сообщении является строительство многоквартирного дома. Застройщик не относится к категории финансовых организаций, не оказывает финансовых услуг, а упоминает о возможности приобретения объектов долевого строительства с услугой ипотечного кредитования в качестве одного из своих конкурентных преимуществ.

Таким образом, целевой направленностью рекламного сообщения является продажа квартир, Застройщик не заинтересован в непосредственной рекламе финансовых услуг и не осуществляет их рекламирование.

Финансовая услуга – банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц (п. 2 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», далее – Закон о защите конкуренции).

Таким образом, для целей Закона о защите конкуренции финансовыми услугами являются конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств в случае, если такие услуги оказываются финансовой организацией. Перечень финансовых организаций содержится в п. 6 ст. 4 Закона о защите конкуренции и является закрытым.

При этом основным содержательным признаком отнесения той или иной услуги к финансовой, указанным в п. 2 ст. 4 Закона о защите конкуренции, является существо осуществляемой деятельности – то есть привлечение или размещение денежных средств физических и юридических лиц либо одновременное привлечение и размещение таких денежных средств.

В статье 28 Закона о рекламе содержатся требования, предъявляемые к рекламе деятельности, связанной с привлечением денежных средств физических лиц для строительства жилья на основании договора участия в долевом строительстве, а также к рекламе таких организаций, как жилищные, жилищно-строительные кооперативы, жилищные накопительные кооперативы, то есть к рекламе услуг, оказываемых организациями, не являющимися финансовыми по смыслу Закона о защите конкуренции.

Изложенное позволяет сделать вывод, что понятие финансовой услуги для целей Закона о рекламе включает не только услуги, прямо указанные в Законе о защите конкуренции, но также и другие услуги, связанные с привлечением либо предоставлением денежных средств. При этом для целей Закона о рекламе необходимо учитывать правовое регулирование финансовых услуг, установленное также иными нормативными актами.

В силу части 1 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Статьей 1473 Гражданского кодекса РФ также предусмотрено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица (ч. 1). Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности (ч. 2). Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке.

Потребителю важно знать какое лицо делает предложение об оказании тех или иных финансовых услуг, поэтому в рекламе банковских, страховых и иных финансовых услуг в обязательном порядке следует указывать полное наименование или имя лица, оказывающего данные услуги. Указание правильных реквизитов организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей. Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Согласно ч.1 ст.1 Федерального закона от 16.07.1998 №102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» (далее – Закон об ипотеке) по договору о залоге недвижимого имущества (договору об ипотеке) одна сторона - залогодержатель, являющийся кредитором по обязательству, обеспеченному ипотекой, имеет право получить удовлетворение своих денежных требований к должнику по этому обязательству из стоимости заложенного недвижимого имущества другой стороны - залогодателя преимущественно перед другими кредиторами залогодателя, за изъятиями, установленными федеральным законом.

Обязательство, обеспечиваемое ипотекой, должно быть названо в договоре об ипотеке с указанием его суммы, основания возникновения и срока исполнения (ч.4 ст.9 Закона об ипотеке).

Согласно ст.2 Закона об ипотеке ипотека может быть установлена в обеспечение обязательства по кредитному договору, по договору займа или иного обязательства, в том числе обязательства, основанного на купле-продаже, аренде, подряде, другом договоре, причинении вреда, если иное не предусмотрено федеральным законом. Обязательства, обеспечиваемые ипотекой, подлежат бухгалтерскому учету кредитором и должником, если они являются юридическими лицами, в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учете.

Ипотека, установленная в обеспечение исполнения кредитного договора или договора займа с условием выплаты процентов, обеспечивает также уплату кредитору (заимодавцу) причитающихся ему процентов за пользование кредитом (заемными средствами) (абз.2 п.1 ст.3 Закона об ипотеке).

Как было установлено при рассмотрении дела, ООО Специализированный застройщик «Астон. Событие» не является хозяйствующим субъектом, оказывающим финансовые услуги по выдаче ипотечных кредитов, ООО Специализированный застройщик «Астон. Событие» является застройщиком Объекта: «Многоэтажная жилая секция С1 (№ 1 по ПЗУ) со встроенными нежилыми помещениями общественного назначения, встроенно-пристроенной подземной автостоянкой (№ 2 по ПЗУ), блочная комплексная трансформаторная подстанция (№ 3 по ПЗУ) - 1 этап строительства» на основании разрешения на строительство № RU

66302000-2090-2020 от 03.12.2020, при этом посредством рассылки смс-сообщений рекламирует в том числе услуги по выдаче ипотечных кредитов.

Таким образом, реклама застройщика «Астон. Событие» сочетает в себе не только рекламу объектов долевого строительства, но и рекламу финансовых услуг, оказываемых финансовыми организациями, путем указания в рекламе на возможность приобретения недвижимости с использованием «ипотека 10,3% на весь срок кредита».

Поскольку в рассматриваемой рекламе не указано наименование лица, оказывающего финансовые услуги, то, в данном случае, установлено нарушение части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Довод ООО Специализированный застройщик «Астон.Событие» о наличии в смс-сообщении гиперссылки, являющейся достаточной для исполнения требований ч.3 ст. 28 Закона о рекламе, Комиссия считает несостоятельным, исходя из следующего. В рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя к такой рекламе.

В пунктах 24, 28 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2021 №58 указано:

– «рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг»;

– «наличие в рекламе информации о возможности получения (уточнения) сведений об условиях оказания соответствующих услуг у сотрудников организации, предоставляющей такие услуги, или иных консультантов, обладающих необходимыми сведениями об условиях оказания данных услуг, не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности опубликования в рекламном объявлении условий, оказания банковских, страховых и иных финансовых услуг, влияющих на их стоимость, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий»...

Наличие в рекламе информации о возможности получения (уточнения) сведений об условиях оказания соответствующих услуг у сотрудников организации, предоставляющей такие услуги, или иных консультантов, обладающих необходимыми сведениями об условиях оказания данных услуг, не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности опубликования в рекламном объявлении условий оказания банковских, страховых и иных финансовых услуг, влияющих на их стоимость, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий (п.24 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», далее - Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58).

ФАС России в письме от 31.07.2014 №АД/30890/14 «О рекламе финансовых услуг» разъяснила, что порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Закона о потребительском кредите.

При этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 Закона о потребительском кредите.

По мнению специалистов ФАС России, к условиям, определяющим полную стоимость кредита, могут быть отнесены: сумма потребительского кредита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки - порядок ее определения.

В рекламе предлагается взять ипотеку с процентной ставкой 10,3% на весь срок кредита.

Между тем, на официальном сайте ООО Специализированный застройщик «АСТОН.СОБЫТИЕ» по адресу astonsobytiye.rf/#mortgage размещены Условия кредитования, в которых указано: «7,7% - ставка по программе Ипотека с господдержкой с учетом субсидии. Действует до окончания срока строительства ЖК «Астон Событие», после ввода в эксплуатацию ставка от 11,7% годовых. Ставка 10,3% - на весь срок кредита. ПАО Сбербанк. Лицензия 1481. ПВ - 15%, максимальный размер кредита 6 000 000р. Необходимо страхование жизни и здоровья заемщика. Обязательна электронная регистрация сделок. Предложение действительно в период с 07.04.2022 по 01.07.2022г. Предложение действительно в период с 07.04.2022 по 01.07.2022 г. вкл. Подробнее об условиях, необходимых документах и ограничениях на www.sberbank.ru».

В п. 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 разъяснено, что в соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

ФАС России в письме от 13.08.2010 №АК/26483 «Об усилении контроля за рекламой финансовых услуг» указала, что в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В спорном смс-сообщении сообщены условия, влияющие на стоимость кредита – 10,3% на весь срок кредита - следовательно, у рекламодателя возникает обязанность указания и всех остальных условий, влияющих на стоимость кредита, причем В САМОЙ РЕКЛАМЕ (гиперссылка была бы достаточной при указании в рекламе общих фраз о возможности получения кредита в Банке, без указания в принципе каких-либо условий, влияющих на его стоимость, в противном случае необходимо раскрывать потребителю ВСЕ соответствующие условия, а не выборочно (наиболее привлекательные), для возможности создания у потребителя полной и объективной картины о кредитном продукте).

Данный подход подтверждается и судебной практикой. Так, в Постановлении Арбитражного суда Московского округа от 02.07.2020 №Ф05-6835/2020 по делу №А40-225838/2019 указано следующее: «...наличие такой гиперссылки не свидетельствует о доведении до потребителя всех условий рекламируемой финансовой услуги. ...направление СМС-сообщения с активной гиперссылкой для перехода на сайт рекламодателя предполагает переход абонента по данной гиперссылке и не учитывает ситуацию, при которой у потребителя на телефоне может отсутствовать техническая возможность для перехода по такой ссылке, либо его тарифный план не предусматривает пользование интернетом. Кроме того, любой переход по гиперссылке влечет для потребителя рекламы дополнительные временные затраты и дополнительный расход трафика, необходимый для загрузки страниц сайта, а, следовательно, дополнительные финансовые затраты».

Требуемая в силу ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе информация должна следовать непосредственно из текста сообщения, а не предоставляться под условием совершения гражданином дополнительных действий (Определение ВС РФ от 23.03.2022 по делу № А57-6346/2021).

Таким образом, в спорной рекламе отсутствует информация о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита, то есть такое условие, влияющее на его стоимость, как страхование жизни и здоровья заемщика, что нарушает ч.3 ст.28 Закона о рекламе.

Согласно ч. 7 ст. 28 Закона о рекламе реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на котором осуществляется размещение проектной декларации, предусмотренной федеральным **законом**, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

При проверке соблюдения названных требований следует исходить из того, что реклама должна содержать указание на конкретный источник необходимой информации.

Наличие у потребителей рекламы потенциальной возможности получить необходимую информацию, обратившись к рекламодателю по телефону, приведенному в рекламе, или **при посещении его интернет-сайта не освобождает рекламодателя** от исполнения обязанности, предусмотренной **частью 7 статьи 28** Закона о рекламе.

Таким образом, указанная норма **Закона** требует в обязательном порядке для данного вида рекламы размещать непосредственно в рекламе следующие сведения:

- адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на котором осуществляется размещение проектной декларации, предусмотренной федеральным законом,
- фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение.

Таким образом, положения **части 7 статьи 28** Закона о рекламе не обязывают размещать проектную декларацию, предусмотренную федеральным законом, непосредственно в рекламе, однако указанная реклама должна содержать адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (<https://наш.дом.рф>), на котором размещены вышеуказанные документы, и указание о том, какую информацию можно получить на данном сайте.

Вышеуказанная реклама адрес **сайта единой информационной системы жилищного строительства в сети «Интернет» (<https://наш.дом.рф>) не содержит**, вместо этого в рекламе указан только адрес официального сайта застройщика (астонсобытие.рф/#morgage).

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1, 7 ст. 28 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламодатель-распространитель.

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе)

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. ст. 1 ст. 18 Закона о рекламе, несет рекламодатель-распространитель.

Рекламодатель-распространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламодатель-распространителем является лицо, **осуществляющее распространение рекламы** любым способом (вне зависимости от способа распространения – по сетям электросвязи либо иным способом), в любой форме и с использованием любых средств, а **рекламодателем** является изготовитель или продавец товара либо иное **определившее**

объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5, п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Оператор связи в силу ч. 1 ст. 46 Закона о связи обязан прекратить оказание услуг по пропуску по своей сети подвижной радиотелефонной связи трафика, содержащего осуществляемую с нарушением требований Закона о связи рассылку. При этом, услугой по пропуску трафика в п. 34 ст. 2 Закона о связи признается деятельность, направленная на удовлетворение потребности операторов связи в пропуске трафика между взаимодействующими сетями электросвязи, а к оказываемым оператором сети подвижной радиотелефонной связи услугам по пропуску трафика согласно пп. «а» п. 2 Приложения № 2 к Правилам присоединения сетей электросвязи и их взаимодействия (утв. Постановлением Правительства РФ от 28.03.2005 № 161), относится услуга зонового завершения вызова на сеть оператора связи, представляющая собой деятельность, направленную на обеспечение пропуска трафика от точки присоединения к сети оператора связи к пользовательскому (оконечному) оборудованию, подключенному к сети связи того же оператора подвижной радиотелефонной связи.

Таким образом, рассылка (короткое текстовое сообщение) формируется исключительно оборудованием, подключенным (присоединенным) **к сети подвижной радиотелефонной связи**, и объективно может быть доведена до абонента сети подвижной радиотелефонной связи либо посредством подключения оборудования заказчика рассылки к такой сети связи оператора связи, абоненту которого предназначена рассылка, **либо** подключения такого оборудования к смежной (присоединенной) взаимодействующей сети связи и пропуска из такой присоединенной (смежной) взаимодействующей сети связи трафика, содержащего эту рассылку. Причем в последнем случае заказчик рассылки также должен иметь договор с тем оператором связи сети подвижной радиотелефонной связи, абоненту которого предназначена рассылка, поскольку осуществленная в отсутствие такого договора рассылка будет незаконной, а пропуск оператором сети подвижной радиотелефонной связи, обслуживающим абонента, трафика, содержащего рассылку этому абоненту – недопустимым.

Следовательно, в случае осуществления оператором сети подвижной радиотелефонной связи рассылки (включающей в себя рекламные сообщения) не на основании договора об оказании услуг по осуществлению рассылки и (или) по договору, заключенному не с заказчиком рассылки, он заведомо допускает незаконную рассылку и бездействует относительно возложенной на него законом безусловной обязанности прекратить оказание услуг по пропуску по своей сети трафика, содержащего незаконную рассылку (в том числе рекламу).

ООО «Т2 Мобайл» сообщило, что смс-сообщение от отправителя «COM-PRO» осуществлялось ООО «Девино Телеком», с которым заключен договор от 01.06.2015 № 221/SMS-BULK.

Между ООО «Т2 Мобайл» (далее – Исполнитель) и ООО «Девино Телеком» (далее – Заказчик) заключен договор от 01.06.2015 № 221/SMS-BULK, и дополнительное соглашение №4 от 01.03.2018 к нему, предметом которого является следующее: «В соответствии с условиями настоящего Договора каждый из Исполнителей по заданию Заказчика и в интересах Заказчика либо Клиента Заказчика обязуется предоставлять Услуги на условиях,

определенных в Приложении № 3 Договора, а Заказчик обязуется оплачивать данные Услуги с момента подписания Договора уполномоченными представителями Сторон».

В соответствии с терминами и определениями указанного договора и дополнительного соглашения к нему, «Исполнитель» – юридическое лицо (включая его филиалы и представительства), являющийся оператором связи и предоставляющий Услуги по настоящему Договору (п. 1.1); «Заказчик» – юридическое лицо, по заданию которого Исполнитель оказывает Услуги по настоящему Договору в интересах Заказчика или Клиентов Заказчика (п. 1.2); «Клиент Заказчика» – юридическое лицо и/или физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, установившее с Заказчиком договорные правоотношения, в рамках которых Заказчик вправе в интересах Клиента Заказчика заказывать Услуги по настоящему Договору (п. 1.3); «Услуги по маршрутизации трафика» – действия Исполнителя, направленные на предоставление Заказчику доступа к Платформе, обеспечивающей возможность отправки SMS-MT-сообщений на Абонентов через Каналы связи с использованием ИСНН и/или Псевдонимов, а также доставки от Абонентов SMS-MO-сообщений на ИСНН (п. 1.4); «Услуги по выделению ИСНН, Псевдонимов» – действия Исполнителя по выделению Заказчику ИСНН и/или присвоению Псевдонимов, выполняемые в целях маршрутизации SMS-MO-сообщений и SMS-MT-сообщений от/на оборудование Заказчика (п. 1.5); «Услуги по организации размещения сервисов» – действия Исполнителя, направленные на обеспечение доставки Сервисов Заказчика или Клиентов Заказчика до Получателей Сервисов (п. 1.6); «Услуги» – совместно именуемые в рамках настоящего договора Услуги по маршрутизации трафика, Услуги по организации размещения сервисов и Услуги по выделению ИСНН, Псевдонимов (п. 1.7); «Абоненты» – юридические лица и/или физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, пользующиеся услугами подвижной радиотелефонной связи Исполнителя в Сети на основании заключенных с таким Исполнителем договоров об оказании услуг связи (п. 1.8); «Получатели сервисов» – юридические лица и/или физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, пользующиеся услугами подвижной радиотелефонной связи операторов связи, предоставляющих услуги связи не в Сети, и на основании заключенных с такими операторами связи договоров об оказании услуг связи, в том числе с Международными операторами (п. 1.9); «Сеть» – совокупность технических средств, используемых Исполнителем в целях предоставления услуг подвижной радиотелефонной связи на территории, определенной в лицензии Исполнителя (п. 1.11); «SMS-центр» – сетевое оборудование, обеспечивающее функционирование SMS (п. 1.12); «Канал связи» или («Линк») – совокупность ресурсов Платформы, с использованием которых Заказчику обеспечивается возможность получать Услуги по маршрутизации трафика и Услуги по организации размещения сервисов (п. 1.13); «SMS» (Short Message Service – сервис коротких сообщений) – сервис, с помощью которого Заказчики и Абоненты могут принимать и инициировать отсылку SMS-сообщений (п. 1.14); «SMS-рассылка» – передача SMS-MT-сообщений, содержащих определенный Сервис Заказчика или Клиента Заказчика, от оборудования Заказчика, подключенного к Платформе, группе Абонентов, сформированной по усмотрению Заказчика, при условии, что каждый Абонент из сформированной группы выразил своё предварительное согласие на получение такого Сервиса Заказчика или Клиента Заказчика. SMS-рассылка осуществляется с ИСНН и/или Псевдонимов, выделенных/присвоенных Заказчику, в том числе в настройке Мультиподпись (п. 1.16); «SMS-MT-сообщение» – короткое текстовое сообщение, отправленное с оборудования заказчика, подключенного к платформе, на абонентское устройство абонента, и содержащее сервис заказчика или клиента заказчика, на получение которого абонент выразил свое предварительное согласие (п. 1.17); «SMS-MO-сообщение» – короткое текстовое сообщение, отправленное Абонентом с абонентского устройства на ИСНН, выделенный Заказчику в рамках настоящего Договора (п. 1.18); «SMS-сообщение» – короткое текстовое сообщение, содержащее Сервис и отправленное Абонентам в рамках SMS-

рассылки, либо полученное от Абонентов на выделенный ИСНН, либо подлежащее направлению Получателям сервисов в результате оказания Услуг по организации размещения сервисов (п. 1.19); «ИСНН» – индексы сокращенного набора номера, выделенные Заказчику в рамках предоставления Услуг, в целях идентификации Сервисов Заказчика или Клиентов Заказчика и с использованием которых осуществляется маршрутизация SMS-МТ-сообщений и SMS-МО-сообщений (п. 1.21); «Псевдоним» – набор буквенных латинских символов и/или цифровых символов (в том числе пробелы), выделенный Заказчику в рамках предоставления Услуг, в целях идентификации Сервисов Заказчика или Сервисов Клиентов Заказчика и с использованием которых осуществляется маршрутизация SMS-МТ-сообщений и SMS-МО-сообщений (п. 1.22); «Мультиподпись» – настройка Канала Связи, позволяющая Заказчику осуществлять SMS-рассылку на Абонентов с любых Псевдонимов (кроме цифровых и запрещенных Исполнителями) (п. 1.24); «Сервисы» – информация, которая может быть отнесена к сведениям рекламного, справочного или технического характера либо к сведениям, имеющим признак национальной или интернациональной принадлежности, и предназначенная для передачи Абонентам или Получателям Сервисов, выразившим свое предварительное согласие на ее получение (п. 1.25); «Платформа» – аппаратно-программный комплекс, позволяющий реализовать функционал управления Услугами, включая функционал Шаблонирования, а также учет объема МО-трафика, МТ-трафика, пропущенного на/от оборудования Заказчика по Договору, и стоимости Услуг, оказанных Заказчику в Отчетном периоде (п. 1.30); «Номер Заказчика/Клиента Заказчика» – уникальный идентификатор, выполненный в буквенном, символьном, числовом или их совокупном выражении, применяемый к Псевдониму (Псевдонимам)/ИСНН Заказчика либо Клиента Заказчика, в целях совокупного учета объема Услуг, оказанных по таким Псевдонимам/ИСНН, а также для расчета совокупной стоимости этих Услуг (п. 1.32); «Рекламное сообщение» – тип Шаблона, к которому отнесен Сервис, направленный на привлечение внимания к товарам (работам, услугам) или бренду Заказчика или Клиента Заказчика (п. 1.35).

Согласно пункту 3.2.8 указанного Договора в редакции дополнительного соглашения №4 от 01.03.2018 к Договору ООО «Девино Телеком», обязуется инициировать смс-рассылки с соответствующим сервисом только в отношении тех абонентов Исполнителей, которые выразили ООО «Девино Телеком», или его клиентам свое согласие на получение такого сервиса, путем совершения действий, однозначно идентифицирующих таких абонентов и позволяющих достоверно установить их волеизъявление.

Одновременно с инициированием SMS-рассылки в адрес Абонентов Исполнителей или размещением Сервисов среди Получателей Сервисов предоставить Исполнителям информацию о Клиентах Заказчика, в интересах которых планируется осуществлять такую SMS-рассылку или размещение Сервисов по настоящему Договору, в том числе данные о Номере Клиента Заказчика, о его фирменном наименовании либо Ф.И.О. индивидуального предпринимателя, ИНН/ Код налогоплательщика в стране регистрации или его аналог, список Псевдонимов (п. 3.2.14 дополнительного соглашения от 01.03.2018 № 4 к договору от 01.06.2015 № 221/SMS-BULK).

Заказчиком или Клиентом Заказчика получено предварительное согласие Абонентов/Получателей Сервисов, выраженных посредством совершения действий, позволяющих однозначно идентифицировать таких Абонентов/Получателей Сервисов и достоверно установить их волеизъявление на получение Сервисов. SMS-рассылка, содержащая Сервис, отнесенный к информации рекламного характера, осуществляется только тем Абонентам, чье предварительное согласие на получение рекламы по сетям электросвязи было получено Заказчиком или Клиентом Заказчика. Обеспечение Размещения Сервисов, осуществляется только среди тех Получателей Сервисов, чье предварительное согласие на получение таких Сервисов по сетям электросвязи было получено Заказчиком или Клиентом

Заказчика (пункты 3.3.5-3.3.6 дополнительного соглашения от 01.03.2018 № 4 к договору от 01.06.2015 № 221/SMS-BULK)

Согласно пунктам 6.1, 6.2, 6.4 указанного Договора и дополнительного соглашения №4 от 01.03.2018 к Договору всю ответственность за содержание, достоверность и происхождение сервисов (информации) в SMS-МТ-сообщениях несет ООО «Девино Телеком», включая установление лица, в интересах которого осуществляется смс-рассылка. ООО «Девино Телеком» несет ответственность за несоответствие содержания сервисов требованиям законодательства Российской Федерации, в том числе (но, не ограничиваясь): Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Таким образом, ООО «Т2 Мобайл» является неотъемлемой частью правоотношений, складывающихся в процессе передачи смс-сообщений, в том числе рекламного характера, конечным потребителям. Отсутствие в этих правоотношениях такого звена, как оператор связи, делает распространение указанных сообщений невозможным.

При этом наличие в договоре от 01.06.2015 № 221/SMS-BULK и дополнительного соглашения №4 от 01.03.2018 к Договору условий об обязательствах ООО «Девино Телеком» использовать только те абонентские номера, по которым получено предварительное согласие абонента на получение рекламы подтверждает осведомленность ООО «Т2 Мобайл» и ООО «Девино Телеком» о цели предоставляемых ими услуг, а позиция ООО «Девино Телеком» об отсутствии в действиях Общества нарушения требований законодательства о рекламе противоречит условиям договоров.

Таким образом, ООО «Девино Телеком» взяло на себя гражданско-правовые обязательства использовать только те абонентские номера, по которым ООО «Девино Телеком» получено предварительное согласие Абонентов на получение рекламы. Между тем, ООО «Девино Телеком» распространило с использованием своего технического оборудования рассылку сообщений, содержащих рекламу, без предварительного согласия абонента.

В соответствии с письмом Министерства связи и массовых коммуникаций РФ (исх. № ДА-П12-17680 от 30.09.2014), адресованном генеральному директору ООО «Крафт Телеком», ч. 2 ст. 44.1 Закона о связи не позволяет операторам связи осуществлять рассылки при отсутствии договоров. При этом **законодательством не определена вторая сторона договора на оказание услуги по осуществлению рассылки (заказчик рассылки). Договор по осуществлению рассылки с оператором подвижной радиотелефонной связи в качестве заказчика рассылки ВПРАВЕ заключить КАК РЕКЛАМОДАТЕЛЬ** или любое лицо, распространяющее информацию, **так и агрегатор**, осуществляющий свою деятельность по технической сборке и подготовке сообщений для рассылки в интересах рекламодателя или распространителя информации.

ООО «Девино Телеком» в письменных пояснениях, что в рамках своей деятельности ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» оказывает услуги по предоставлению доступа к программно-аппаратному комплексу (платформе), которая позволяет клиентам осуществлять управление персональными коммуникациями со своими покупателями и заказчиками. В числе прочего функционалом платформы предусмотрена возможность самостоятельной отправки клиентом SMS-сообщений со своей компьютерной сети на телефонные номера абонентов. В этом сценарии платформа предоставляет клиенту техническую возможность подключения к сети операторов связи для осуществления рассылки. Клиент самостоятельно формирует базу абонентов, которым он намерен осуществить рассылку SMS-сообщений (путем загрузки базы через личный кабинет), формирует текст сообщений, определяет время рассылки и иницирует отправку. Подключая такую услугу, клиент обязуется осуществить рассылки только при наличии предварительного согласия абонентов, подтвержденного документально. Между ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» и ООО «Манго Телеком» (Заказчик) заключен договор № ДТ-К/025471 от 01.03.2016 г., на основании которого и был предоставлен доступ к платформе.

Между ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» и ООО «Манго Телеком» (Заказчик) заключен договор № ДТ-К/025471 от 01.03.2016 г., на основании которого и был предоставлен доступ к платформе. Факт исполнения договора также подтверждает актом об оказанных услугах и платежными поручениями об оплате услуг ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» в период отправки обжалуемого SMS-сообщений, приложенными к настоящему ответу.

В соответствии с п. 3.3.2, 3.3.4, 7.2. и 9.1. вышеуказанного договора, **Заказчик обязан самостоятельно и за свой счет в обязательном порядке предварительно получить от Абонента, на мобильный терминал/электронный лотовый ящик которого планируется отправка сообщений, согласие, выраженное посредством совершения абонентом действий**, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение сообщений. ООО «ДЕВИНО ТЕЛЕКОМ» обеспечивает пропуск через свою систему сообщений без проверки, редактирования и без изменения содержания и объема, предоставляя исключительно техническую возможность для рассылки сообщений, а Заказчик является рекламодателем и несет полную ответственность за соблюдение законодательства Российской Федерации, в том числе Закона о рекламе и Закона о связи.

ООО «Манго Телеком» сообщило, что 20.05.2021 г. посредством принятия публичной оферты через личный кабинет был заключен договор оказания услуг связи и предоставление прав на программный продукт с ООО «АСТОН. ЕКАТЕРИНБУРГ», присвоен лицевой счет 16886695. Согласно заключенного договора клиенту предоставляются иные услуги, технологически неразрывно связанные с услугами телефонной связи и направленный на повышение потребительской ценности.

Согласно п. 17.7 Условий оказаний услуг связи ООО «Манго Телеком», не распространять рекламу с использованием услуг Оператора без 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.

Исходя из анализа положений указанных договоров представляется возможным сделать вывод о том, что распространение смс-сообщений в данном случае осуществляется путем их передачи от ООО «Астон.Екатеринбург» к ООО «Манго Телеком», а от него к ООО «Девино Телеком», а далее к оператору ООО «Т2 Мобайл» в целях непосредственного доведения таких сообщений до конечных получателей (в данном случае абоненту номера <...>). Таким образом, каждое лицо является неотъемлемой частью правоотношений, складывающихся в процессе передачи смс-сообщений конечным потребителям.

Само по себе наличие взаимосвязанных договоров является свидетельством осуществления лицами определенных действий направленных на доведение рекламы до ее получателей. Условия указанных договоров свидетельствует о том, что лица были осведомлены о цели использования предоставляемых услуг, а именно о рассылке смс-сообщений рекламного характера неопределенному кругу лиц.

Таким образом, ООО «Астон.Екатеринбург», ООО «Манго Телеком», ООО Девино Телеком», ООО «Т2 Мобайл» в данном случае являются неотъемлемой частью взаимоотношений, складывающихся в процессе передачи смс-сообщений рекламного характера. Отсутствие любого из них в этих правоотношениях сделает распространение сообщений невозможным (даже в связи с осуществлением кем-то из лиц только технических функций).

При этом ООО «Астон. Екатеринбург» (ОГРН: 1176658089112, Дата присвоения ОГРН: 18.09.2017, ИНН: 6658445514, г. Екатеринбург, ул. Заводская, дом 75, оф. 1/3), является **рекламодателем** рассматриваемой рекламы и конечным лицом в цепочке указанных выше договорных взаимоотношений, следовательно, и **рекламодателем** рассматриваемой рекламы.

Согласно ч. 3 ст. 36 Закона о рекламе, предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

В силу п. 1 ч. 1 ст. 49 Правил № 1922, при установлении факта нарушения законодательства РФ о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

При установлении факта нарушения законодательства о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения вправе выдать предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе лицу, способному прекратить дальнейшее распространение рекламы, в которой выявлено нарушение Закона, в том числе, если такое лицо не является лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе (Письмо ФАС России от 25.09.2020 № ДФ/83374/20).

ООО Специализированный застройщик «Астон. Событие» в письменных пояснениях также указало, что распространение рекламы, а также рассылка любой другой информации на абонентский номер заявителя <...>прекращена, что подтверждается ранее представленной выпиской из базы данных клиентов. ООО Специализированный застройщик «Астон. Событие» с информацией о взаимодействии с клиентом, в которую 18.05.2022 внесены сведения о том, что для клиента *«Покупка не актуальна. Удалить контакт из рассылки»*.

Таким образом, необходимость в выдаче предписания отсутствует.

В соответствии с п. 7 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством РФ об административных правонарушениях.

Событие предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административного правонарушения образуют действия (бездействие), выраженное в нарушении законодательства о рекламе, а распространение кредитной организацией рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержащей хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, без указания всех остальных условий, определяющих полную стоимость кредита (займа) для заемщика и влияющих на нее, образует событие предусмотренного ч. 6 ст. 14.3 КоАП РФ.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Учитывая установленные ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 № 30).

При этом необходимо учитывать, что дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 11 и 12 статьи 28.1 КоАП РФ, и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 12 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства (п. 4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58).

Защиту прав и законных интересов юридического лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, или юридического лица, являющегося потерпевшим, осуществляют его законные представители (ч. 1 ст. 25.4 КоАП РФ).

Законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение (ч. 1 ст. 25.4 КоАП РФ).

В соответствии с ч. 3 ст. 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено (ст. 2.4 КоАП РФ), допускается привлечение к административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц (п. 15 Постановления Пленума ВС РФ от 24.03.2005 № 5).

Под должностным лицом понимается лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Под организационно-распорядительными функциями понимаются полномочия, которые связаны с руководством трудовым коллективом или находящимися в их служебном подчинении отдельными работниками, с формированием кадрового состава и определением трудовых функций работников, с организацией порядка прохождения службы, применения мер поощрения или награждения, наложения дисциплинарных взысканий и т.п. К организационно-распорядительным функциям относятся полномочия лиц по принятию решений, имеющих юридическое значение и влекущих определенные юридические последствия. Под административно-хозяйственными функциями понимаются полномочия по управлению и распоряжению имуществом и (или) денежными средствами, находящимися на балансе и (или) банковских счетах организаций, учреждений, воинских частей и подразделений, а также по совершению иных действий (п. 4 и п. 5 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 16.10.2009 №19 «О судебной практике по делам о злоупотреблении должностными полномочиями и о превышении должностных полномочий»).

Согласно ч. 1 ст. 25.15 КоАП РФ, лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

Согласно ч. 3 ст. 25.15 КоАП РФ, место нахождения юридического лица, его филиала или представительства определяется на основании выписки из единого государственного реестра юридических лиц. Если юридическое лицо, участвующее в производстве по делу об

административном правонарушении, ведет дело через представителя, извещение также направляется по месту нахождения (месту жительства) представителя.

КоАП РФ не содержит оговорок о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно. Следовательно, извещение может быть осуществлено каким-либо иным способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (п. 24.1 Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 25.5 КоАП РФ, для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник.

Руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную 20.04.2021 в 16:59 на абонентский номер <...> с короткого номера «СОМ-PRO» посредством смс-сообщения следующего содержания: *«Ипотека 10,3 % на весь срок кредита. Новый квартал в центре Астон Событие. Ключи в этом году! astonsobytiye.pf/#mortgage Aston»*, как нарушающей требования:

– ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, что выразилось в распространении рекламы без предварительного согласия абонента на ее получение;

– ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, поскольку в рекламе услуг, связанных с предоставлением кредита (ипотека) отсутствует наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность;

– ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, что выразилось в распространении рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита (ипотека), содержащей условия, влияющие на его стоимость, в отсутствие всех остальных условий, определяющих полную стоимость кредита, определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее;

– ч. 7 ст. 28 Закона о рекламе, поскольку реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства многоквартирного дома, не содержала сведения об адресе сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на котором осуществляется размещение проектной декларации, предусмотренной федеральным законом.

2. Предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Свердловского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении.

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>