

ПАО «ВымпелКом»

Восьмого Марта ул., д. 10, стр. 14,
г. Москва, 127083

ООО «КК»

450071, Башкортостан респ.,
Уфа г., Менделеева ул., д. 170, оф. 1111

ИП Солодкий А.В.

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/18-15614/2021

«11» ноября 2021 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>

членов Комиссии: <...><...>

рассмотрев дело № 077/05/18-15614/2021, возбужденное в отношении ООО «КК», ИП Солодкий А.В. по факту распространения посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания: «Я представитель Совкомбанка, вам предварительно одобрена карта рассрочки Халва, и у вас есть возможность воспользоваться суммой до 300000 руб. без процентов...», поступившего 01.07.2021 в 17:09 с телефонного номера +7-(964) 965-04-64, с признаками нарушения частей 1, 2 статьи 18 закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы, с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки),

в отсутствие ПАО «ВымпелКом», ООО «КК», ИП Солодкий А.В. (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:



2021-85523

Дело № 077/05/18-15614/2021 возбуждено в отношении ООО «КК», ИП Солодкий А.В. на основании заявления физического лица по факту распространения посредством телефонного звонка на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания: «Я представитель Совкомбанка, вам предварительно одобрена карта рассрочки Халва, и у вас есть возможность воспользоваться суммой до 300000 руб. без процентов...», поступившего 01.07.2021 в 17:09 с телефонного номера +7-(964) 965-04-64.

Солодкий А.В. является индивидуальным предпринимателем, включен в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей: ИНН 772394856191, ОГРНИП 320774600514724, место нахождения: <...>

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно материалам дела № 077/05/18-15614/2021 на номер телефона <...> 01.07.2021 в 17:09 с телефонного номера +7-(964) 965-04-64 поступила спорная реклама.

Поступление указанной рекламы на телефонный номер <...> подтверждается аудиозаписью телефонного разговора, содержащий текст рассматриваемого сообщения, а также детализированной выпиской, представленной оператором.

По мнению ИП Солодкий А.В., спорная информация не является рекламной. Комиссия Московского УФАС России, оценив доводы ИП Солодкий А.В., полагает необходимым установить следующее.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи», абонент — пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; электросвязь — любое излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

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

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

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

качестве получателей рекламной информации.

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

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

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

При этом в случае направления посредством телефонного звонка информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о самом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может признаваться рекламой, если она носит обобщенный характер, способна формировать интерес к данному объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила такая информация, но и у иного лица. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение (упоминание имени и отчества абонента), представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

В распространенной рекламе отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Текст рекламы не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

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

Данная информация направлена на привлечение внимания к финансовым услугам карты Халва, имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из текста сообщения, в котором содержится предложение пройти медицинское обследование, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту

рекламирования.

Таким образом, информация, распространенная посредством осуществления на номер телефона <...> телефонного звонка, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, что сторонами по делу не оспаривается.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Закона о рекламе, распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Однако Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

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

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера <...>, согласие на получение рекламы он не давал.

В рамках рассмотрения данного дела ИП Солодкий А.В. была представлена копия лог-файла, из которого, по мнению ИП Солодкий А.В., можно сделать вывод, что заявителем было дано согласие на распространение рекламы.

При этом представленная кодировка сайта не подтверждает совершения действий абонента по информированному выражению согласию на получение рекламы по сетям электросвязи. Отсутствуют данные однозначно указывающие на данный факт.

Сам по себе факт заполнения клиентом формы для получения карты также не свидетельствует о даче согласия на получение рекламных материалов на его

телефонный номер.

Более того, из представленной кодировки сайта не представляется возможным установить лицо, заполнявшее размещенную на сайте форму. Учитывая специфику и высокую степень анонимности интернет-пространства, не возможно достоверно установить факт того, что именно абонент-владелец телефонного номера оставил на рассматриваемом сайте номер телефона и заполнил заявку на получение карты. В связи с этим Комиссия приходит к выводу о том, что в настоящем случае рекламодателем и инициатором рассылки не было проявлено достаточной осмотрительности при получении контактных данных абонента и включения его в список рассылки. Сам факт отсутствия идентификации лица, заполнившего форму, как владельца телефонного номера свидетельствует об отсутствии надлежащего предварительного информированного согласия абонента на получение рекламной информации по сетям электросвязи.

Таким образом представленное ИП Солодкий А.В. подтверждение получения распространителями согласия не доказывает как совершение клиентом направленных действий на выражение такого согласия, так и не подтверждает факт совершения действий по заполнению формы абонентом-владельцем телефонного номера.

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

Комиссия считает необходимым отметить, что в контексте именно телефонных звонков статьей 18 Закона о рекламе очевидно разграничены два способа получения рекламы абонентом по сетям электросвязи.

Первый способ исходит из частей 1 и 2 статьи 18 Закона о рекламе и предполагает, что рекламодатель сам инициирует взаимодействие с абонентом или адресатом, при этом такая инициация разрешена лишь если потребитель заранее выразил желание получать рекламу от конкретного рекламодателя.

Второй способ регулируется частями 3 и 4 статьи 18 Закона о рекламе, при которых абонент сам осуществляет действия, направленные на взаимодействие с рекламодателем, и в данном случае согласия абонента на получение рекламы не требуется, а необходимо лишь выполнить определенные условия (после сообщения запрашиваемой справки, бесплатно и т. п.).

Такое особое законодательное регулирование распространения рекламы одним из способов связи (телефонное соединение), постановка такого регулирования в прямую зависимость от субъекта, непосредственно инициирующего взаимодействие (рекламодатель или абонент), свидетельствует о вышеуказанной цели регулирования части 1 статьи 18 Закона о рекламе — недопустимости совершения самого телефонного звонка, призванного привлечь внимание к объекту рекламирования.

Более того, согласно пункту 2 Правил оказания услуг телефонной связи, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 09.12.2014 № 1342, под телефонным соединением понимается установленное в результате вызова взаимодействие между средствами связи, позволяющее абоненту и (или) пользователю услуг телефонной связи передавать и (или) принимать голосовую и (или) не голосовую информацию.

Исходя из вышеизложенного следует, что в случае, когда взаимодействие инициируется рекламодателем, моментом начала распространения посредством телефонного звонка рекламной информации является момент поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента, а не момент непосредственного оглашения рекламной информации абоненту. Более того, рекламодатель и не ставит себе иной конечной цели кроме как сформировать интерес к товару (работе, услуге).

Обязанность рекламодателя предварительно получить согласие абонента на получение рекламы предполагает совершение им действий, направленных на получение согласия абонента, до начала распространения рекламы по сетям электросвязи, т. е. в случае с распространением рекламы посредством телефонного звонка до поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента.

Таким образом, в полной мере реализуется цель законодателя оградить абонентов от нежелательных звонков, осуществляемых в рекламных целях, в целом, а не только от дальнейшего прослушивания рекламной информации после выражения отказа.

Более того, распространение рекламной информации посредством сетей электросвязи (телефонного звонка) предполагает со стороны рекламодателя определение абонентов, которым должен быть совершен телефонный звонок.

При этом, исходя из части 1 статьи 18 Закона о рекламе согласие на получение рекламы должно быть получено именно от абонента телефонного номера.

Более того, как было указано выше, согласие абонента должно быть выражено в форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

Таким образом, не имея данных об абоненте, которому выделен телефонный номер, лицо, осуществляющее распространение рекламы, не имело возможности удостовериться в том, что собеседником в телефонном разговоре является именно владелец телефонного номера, а не какое-либо иное лицо, а равно, что абонент желал поступление такого телефонного звонка.

Следовательно, доказательств наличия согласия абонента на получение рекламы ИП Солодкий А.В. не представлено, а умолчание абонента (непредставление оператору сведений о согласии на получение рекламы) не может быть расценено как согласие на ее получение.

Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламодатель не имел предварительного согласия абонента на получение рекламы посредством использования телефонной связи.

В соответствии с частью 2 статьи 18 Закона о рекламе не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

То есть, для целей выявления нарушения требования 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» антимонопольным органам необходимо установить факт того, что:

- в ходе осуществления звонка абоненту или направления ему сообщения использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозвонивание и автоматическая рассылка);

- осуществление такого звонка абоненту или направление ему такого сообщения осуществлялось для распространения рекламы.

В соответствии с Письмом ФАС от 26.12.2019 № ДФ/114009/19 «О применении части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» запись телефонного разговора, предоставленная абонентом антимонопольному органу, содержащая в начале такого разговора воспроизведенный абоненту заранее записанный аудиофрагмент, представляющий собой последовательность звуков и/или речь человека (автоматизированная запись), позволяет сделать вывод о том, что в ходе осуществления такого звонка абоненту использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозвонивание). Такие обстоятельства могут рассматриваться антимонопольными органами как нарушение рекламораспространителем требований части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Под запрет, установленный в части 2 статьи 18 Закона о рекламе, подпадают как случаи, когда выбор абонента (абонентского номера) осуществляется не человеком, а техническим устройством, программой, компьютером, машиной, так и случаи, когда набор такого номера осуществляется автоматически, без участия человека (даже если выбор абонентов был произведен человеком).

В данном случае, когда абонент отвечал на входящий вызов, ему транслировалась запись голоса, содержащая текст рекламного сообщения.

Таким образом, из представленной в адрес Московского УФАС России следует, что рассматриваемый звонок совершен с помощью автоматического набора номера и дальнейшего озвучивания рекламного сообщения, предварительно записанного либо созданного с помощью компьютерных программ, а равно звонок с сообщением рекламного характера совершен без участия человека.

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

Таким образом, реклама, распространенная на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания: «Я представитель Совкомбанка, вам предварительно одобрена карта рассрочки Халва, и у вас есть возможность воспользоваться суммой до 300000 руб. без процентов...», поступившего 01.07.2021 в 17:09 с телефонного номера +7-(964) 965-04-64, с нарушением частей 1, 2 статьи 18 Закона о рекламе является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несет

рекламораспространитель.

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

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

В соответствии со сведениями реестра российской системы и плана нумерации номер +7-964-965-04-64 закреплен за ПАО «ВымпелКом».

Абонентский номер +7-964-965-04-64 выделен ООО «КК» по договору об оказании услуг связи «Билайн» №758548899 от 15.10.2020.

В ответ на Определение о возбуждении производства по делу № 077/05/18-15614/2021 по признакам нарушения законодательств Российской Федерации о рекламе и назначении дела № 077/05/18-15614/2021 к рассмотрению ООО «КК» сообщило, что телефонный номер +7-(964) 965-04-64 принадлежит ИП Солодкий Алексею Викторовичу на основании Договора № 068/20 от 01.12.2020 (дополнительное соглашение № 2 к Договору).

На основании изложенного ИП Солодкий А.В. является рекламораспространителем рекламы следующего содержания:

«Я представитель Совкомбанка, вам предварительно одобрена карта рассрочки Халва, и у вас есть возможность воспользоваться суммой до 300000 руб. без процентов...», поступившего 01.07.2021 в 17:09 с телефонного номера +7-(964) 965-04-64.

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований частей 1, 2 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, законной по содержанию, но не по способу распространения потребителю рекламы, ИП Солодкий А.В. не представлено.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ИП Солодкий А.В. установлено нарушение частей 1, 2 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания: «Я представитель Совкомбанка, вам предварительно одобрена карта рассрочки Халва, и у вас есть возможность воспользоваться суммой до 300000 руб. без процентов...», поступившего 01.07.2021 в 17:09 с телефонного номера +7-(964) 965-04-64, без предварительного согласия абонента на получение рекламы, с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения указанной рекламы, ИП Солодкий А.В. не представлено.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 (далее — Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ИП Солодкий А.В. предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Комиссия Московского УФАС России также приходит к выводу о необходимости выдачи предписания ООО «КК» о принятии мер по предотвращению использования ИП Солодкий А.В. телефонного номера +7(964) 965-06-63, в целях распространения рекламы на телефонный номер <...>.

Выдача предписания ООО «Корпоративные коммуникации» направлено на дополнительную защиту абонента телефонного номера +7-(964) 965-04-64 от нежелательной рекламы, поступающей от ИП Солодкий А.В.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ИП Солодкий А.В. нарушившим части 1, 2 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на телефонный номер <...> рекламы посредством телефонного звонка следующего содержания: «Я представитель Совкомбанка, вам предварительно одобрена карта рассрочки Халва, и у вас есть возможность воспользоваться суммой до 300000 руб. без процентов...», поступившего 01.07.2021 в 17:09 с телефонного номера +7-(964) 965-04-64, без предварительного согласия абонента на ее получение, с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания,

автоматической рассылки).

2. Выдать ИП Солодкий А.В. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «КК» предписания о принятии мер по предотвращению распространения ИП Солодкий А.В. рекламы на телефонный номер <...> посредством использования телефонной связи.

4. Прекратить рассмотрение по делу № 077/05/18-15614/2021 в отношении ООО «Корпоративные коммуникации».

5. ИП Солодкий А.В. надлежит явиться **«26» января 2022 года в 14 часов 45 минут** по адресу: г. Москва, Мясницкий пр-д, д. 4, стр. 1, каб. 402 (вход со стороны Мясницкого проезда), для дачи объяснений по факту нарушения, а также для составления протокола об административном правонарушении, либо направить представителя (защитника) с надлежащим образом оформленными полномочиями, со всеми правами, предусмотренными статьей 25.5 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации.

В целях исполнения Указа Президента Российской Федерации от 11.05.2020 № 316 «Об определении порядка продления действия мер по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения в субъектах Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)», пункта 4.4 санитарно-эпидемиологических правил, утвержденных постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации № 15 от 22.05.2020, а также Поручения руководителя ФАС России № 01-016-ИА/пр от 12.05.2020, составления протокола об административном правонарушении будет проходить дистанционно (посредством видеоконференцсвязи) и состоится **«26» января 2022 года в 14 часов 45 минут**.

Для подключения к видеоконференцсвязи необходимо пройти по ссылке: <...> (либо ввести ее в поисковой строке браузера), и в назначенное время присоединиться к конференции удобным для вас способом.

Инструкция для участника web-видео конференции размещена на официальном сайте Московского УФАС России (<https://moscow.fas.gov.ru/page/17962>).

Ознакомление с материалами дела происходит в соответствии с Порядком ознакомления с материалами дела в Московском УФАС России, утвержденным приказом Московского УФАС России от 14.02.2019 № 29 (<https://moscow.fas.gov.ru/page/6184>).

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>