

АО «МегаЛабс»

Оружейный переулок, д. 41,

офис 157

г. Москва, 127006

АО «Банк Русский Стандарт»

ул. Ткацкая, д. 36,

г. Москва, 105187

НП «Национальный совет финансового рынка»

ул. Мясницкая, д. 42, стр. 3

г. Москва, 101000

Ассоциация банков России Ассоциация «Россия»

ул. Большая Якиманка, д. 23,

г. Москва, 119180

ООО «АЙДИДЖИТАЛ»

ул. Лодейнопольская, д. 5, литера А,

г. Санкт-Петербург, 197110

ООО «ОСК»

ул. Ленинская слобода, д. 19,

г. Москва, 115280

ООО «БИФРИ»

ул. Лодейнопольская, д. 5, литера А,

г. Санкт-Петербург, 197110

## РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 1-10-118/00-11-18

Резолютивная часть решения объявлена 16 мая 2019 г.

Решение изготовлено в полном объеме 27 мая 2019 г.

Комиссия ФАС России по рассмотрению дела № 1-10-118/00-11-18 о нарушении антимонопольного законодательства в составе: председателя Комиссии — заместителя руководителя ФАС России — <...> (далее — Комиссия), рассмотрев дело №1-10-118/00-11-18 по признакам нарушения ПАО «МегаФон» (127006, г. Москва, Оружейный переулок, д. 41) (далее — ПАО «МегаФон», Общество) пунктов 1, 8 части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившихся в злоупотреблении доминирующим положением на рынке рассылки смс-сообщений на территории Российской Федерации в части установления и поддержания монопольно высоких цен (тарифов) на услугу рассылки коротких текстовых сообщений, создания дискриминационных условий, в части установления в договорах на оказание услуг по рассылке коротких текстовых сообщений для хозяйствующих субъектов без государственного участия в уставном капитале специальных условий по установлению, изменению цен на услуги по рассылке коротких текстовых сообщений по сравнению с хозяйствующими субъектами с государственным участием в уставном капитале,

### УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступили заявления Ассоциации банков «России» (Ассоциация «Россия»), Некоммерческого партнерства «Национальный совет финансового рынка» (далее — НП «НСФР»), АО «Банк Русский Стандарт» о наличии в действиях ПАО «МегаФон» признаков нарушения антимонопольного законодательства, выразившихся в создании дискриминационных условий.

По результатам рассмотрения указанных заявлений установлено следующее.

В соответствии с Приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» ФАС России письмом от 20.02.2018 № АГ/11133/18

направлен запрос в адрес потребителей услуг по рассылке СМС-сообщений, в котором указывалось на необходимость предоставления следующей информации:

- способ реализации обязанности (в случае ее наличия) по информированию/уведомлению потребителей (в том числе ссылки на нормативно-правовые акты устанавливающие такую обязанность);

- - какой из способов уведомления/информирования потребителей (СМС-сообщения, голосовое информирование, электронная почта, push-уведомления, мобильные мессенджеры и пр.) является наиболее распространенным и по каким причинам.

По результатам анализа опроса потребительского мнения заказчиков услуг СМС-рассылки установлено, что 59 из 62 ответов содержали информацию, согласно которой потребители считают приоритетной рассылку СМС-сообщений по причине выбора данного способа рассылки именно потребителями своих услуг, а также оперативности получения смс-сообщений и только 3 из опрошенных указали в качестве приоритетного способа — рассылку по электронной почте.

Также из анализа результатов опроса следует, что подавляющее большинство потребителей считает услугу СМС-рассылки приоритетной (основной) для передачи текстовых сообщений, так как она является универсальной, самой доступной и распространенной для получателей текстовых сообщений и не взаимозаменяемой с другими способами передачи текстовых сообщений.

Как следует из ответов заказчиков рассылки СМС-сообщений, обязанность уведомления потребителей услуг установлена положениями статьи 9 Федерального закона от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе», согласно которой оператор по переводу денежных средств обязан информировать клиента о совершении каждой операции с использованием электронного средства платежа путем направления клиенту соответствующего уведомления в порядке, установленном договором с клиентом.

ПАО «МегаФон» установлено разделение сообщений на три типа: транзакционные сообщения — сообщения о совершенных клиентом операциях; сервисные сообщения — сообщения, необходимые для проведения операций, содержащие в себе одноразовый пароль для подтверждения проведения операций; рекламные сообщения — информационные сообщения, не содержащие в себе данные о проводимых или проведенных операциях, в зависимости от типа

сообщений и объемов оператором устанавливается дифференцированная цена услуги.

По результатам анализа материалов, представленных на запрос ФАС России (исх. от 20.02.2018 №АГ/11380/18), установлено следующее:

<...>

По результатам анализа условий договоров операторов связи с коммерческими организациями, финансовыми, кредитными, страховыми, торговыми, иными организациями без государственного участия в уставном капитале и <...> с государственным участием в уставном капитале, выявлены следующие положения, согласно которым для последних устанавливаются следующие преимущества:

- установлен лимит по договору, т. е. установлена предельная цена договора;
- зафиксирована цена договора на определенный длительный срок;
- зафиксирована предельная цена за отправку 1 СМС-сообщения;

Тарифы, согласно которым оказываются услуги смс-рассылки непубличные, с момента заключения договоров не изменялись и не содержат шкалы в зависимости от типа, вида и объемов трафика.

В соответствии с пунктом 8 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей, в том числе создание дискриминационных условий.

Статьей 4 Закона о защите конкуренции установлено, что дискриминационные условия — условия доступа на товарный рынок, условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара, при которых хозяйствующий субъект или несколько хозяйствующих субъектов поставлены в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами.

ФАС России в соответствии со статьей 39<sup>1</sup> Закона о защите конкуренции в адрес ПАО «МегаФон» было выдано Предупреждение № ИА/45142/18 от 19.06.2018 о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного

законодательства, выразившихся в злоупотреблении доминирующим положением на рынке рассылки смс-сообщений на территории Российской Федерации в результате создания дискриминационных условий, в части установления в договорах на оказание услуг по рассылке коротких текстовых сообщений для хозяйствующих субъектов без государственного участия в уставном капитале специальных условий по установлению, изменению цен на услуги по рассылке коротких текстовых сообщений по сравнению с хозяйствующими субъектами с государственным участием в уставном капитале (далее — Предупреждение).

ПАО «МегаФон» в течение 14 дней с момента получения Предупреждения надлежало устранить дискриминационные условия договоров с хозяйствующими субъектам без государственного участия в уставном капитале по сравнению с хозяйствующими субъектами с государственным участием в уставном капитале, не допуская ухудшения положения контрагентов, сообщить об исполнении Предупреждения в ФАС России в течение трех дней со дня окончания срока, установленного для его выполнения.

ПАО «МегаФон» письмом от 10.07.2018 № 110562-ЭП/18 сообщило, что в действиях ПАО «МегаФон» отсутствуют признаки нарушения пункта 8 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

ПАО «МегаФон» в установленный срок не представлены сведения об исполнении Предупреждения.

Таким образом, ПАО «МегаФон» Предупреждение в установленный срок не исполнено, признаки нарушения антимонопольного законодательства не устранены.

На основании части 8 статьи 39<sup>1</sup> Закона о защите конкуренции издан приказ Федеральной антимонопольной службы от 08.08.2018 № 1112/18 «О возбуждении дела № 1-10-118/00-11-18 и создании Комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства» по признакам нарушения Публичным акционерным обществом «МегаФон» пункта 8 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

В ответ на Определение о назначении дела № 1-10-118/00-11-18 о нарушении антимонопольного законодательства к рассмотрению АО «Банк Русский Стандарт» письмом (вх. от 11.09.2018 № 147976/18) представлены письменные пояснения, согласно которым услуги подвижной радиотелефонной связи и сопутствующие им телематические услуги являются самым универсальным и доступным средством коммуникаций между кредитными организациями и гражданами, осуществляемым в соответствии с требованиями

действующего законодательства, обязывающего банки доводить до своих клиентов информацию об оказываемых услугах, совершенных по счетам операциях с использованием электронного средства платежа, наличии и размере задолженности. Информирование кредитными организациями своих клиентов осуществляется путем рассылки смс-сообщений, как наиболее доступного, универсального способа доведения обязательной информации до граждан.

ПАО «МегаФон» письмом (вх. от 13.12.2018 № 207724/18) пояснило, что основным критерием формирования цены является объем смс-сообщений, отправляемых заказчиком. В ходе заседаний Комиссии 19.09.2018 и 16.11.2018 представители ПАО «МегаФон» пояснили на примере отношений с конкретными хозяйствующими субъектами, что цены на услуги смс-рассылки находятся в зависимости исключительно от объемов заказанной смс-рассылки. Цены на услуги смс-рассылки для контрагентов, заказывающих одинаковый объем рассылки, совпадают и не зависят от наличия «государственного участия в уставном капитале» контрагента или от иных факторов, связанных со структурой или составом учредителей, участников или акционеров заказчика.

<...>

Таким образом, Комиссией не принимается довод ПАО «МегаФон» о влиянии объемов оказываемых услуг по рассылке смс-сообщений на размер тарифа, поскольку противоречит имеющимся в материалах дела доказательствам.

<...>

АО «Банк Русский стандарт» сообщило, что с 01.03.2018 ПАО «МегаФон» существенно повышены тарифы на оказание услуг смс-рассылки. Стоимость отправки смс-сообщений для банка при больших объемах отправки увеличилась в два раза.

Для целей осуществления смс-рассылок ПАО «МегаФон» до 01.03.2018 представляло услугу массовой рассылки СМС-сообщений по тарифам:

1) «Мобильное информирование. ФИКС». Стоимость 1 смс без деления на виды трафика составляла 1,50 руб./шт. на номера абонентов ПАО «МегаФон» и 1,60 руб./шт. на номера абонентов других операторов России.

2) «Мобильное информирование» без подключения пакетов. Согласно тарифу стоимость отправки одного смс-сообщения составляла:

- рекламные смс-сообщения — 1,40 руб./шт.;

- сервисные смс-сообщение — 0,92 руб./шт.;
- транзакционные смс-сообщение — 0,30 руб./шт.

3) С использованием пакетов в рамках тарифа «Мобильное информирование» применялась степ-тарификация, в зависимости от объема направляемых сервисных сообщений стоимость составляла (Таблица 2):

Таблица 2

Количество смс в пакете, шт./месяц	Абонентская плата, руб./мес. с НДС	Стоимость 1 смс сверх пакета, руб./шт. с НДС
0	0	0,92
10 000	8 100	0,81
100 000	75 000	0,75
250 000	172 500	0,69
500 000	330 000	0,66
1 000 000	630 000	0,63
5 000 000	3 000 000	0,60
10 000 000	5 600 000	0,56
20 000 000	10 600 000	0,53
30 000 000	15 300 000	0,51
40 000 000	19 600 000	0,49
50 000 000	23 000 000	0,46
60 000 000	25 800 000	0,43
70 000 000	28 700 000	0,41
80 000 000	31 200 000	0,39
90 000 000	32 400 000	0,36
100 000 000	33 000 000	0,33
110 000 000	34 100 000	0,31
120 000 000	34 800 000	0,29
130 000 000	35 100 000	0,27
140 000 000	36 400 000	0,26
150 000 000	37 500 000	0,25
200 000 000	40 000 000	0,25

300 000 000

00 000 000

0,20

При использовании пакетов в рамках тарифа «Мобильное информирование» применялась степ-тарификация, в зависимости от объема направляемых рекламных сообщений стоимость составляла (Таблица 3):

Таблица 3

Количество смс в пакете, шт./месяц	Абонентская плата, руб./мес. с НДС	Стоимость 1 смс сверх пакета, руб./шт. с НДС
0	0	1,40
10 000	12 700	1,27
100 000	115 000	1,15
250 000	272 5000	1,09
500 000	500 000	1,00
1 000 000	950 000	0,95
5 000 000	4 550 000	0,91
10 000 000	8 600 000	0,86
20 000 000	16 400 000	0,82
30 000 000	23 400 000	0,78
40 000 000	30 400 000	0,76
50 000 000	36 500 000	0,73
60 000 000	42 000 000	0,70
70 000 000	46 900 000	0,67
80 000 000	52 000 000	0,65
90 000 000	55 800 000	0,61
100 000 000	60 000 000	0,60
110 000 000	62 700 000	0,57
120 000 000	66 000 000	0,55
130 000 000	67 600 000	0,52
140 000 000	70 000 000	0,50
150 000 000	72 000 000	0,48
300 000 000	132 000 000	0,44



С 01.03.2018 ПАО «МегаФон» в рамках тарифа «Мобильное информирование. ФИКС.» увеличена стоимость отправки одного смс-сообщения. Согласно новым тарифам стоимость составила 1,90 руб./шт. на номера абонентов ПАО «МегаФон» и 2,00 руб./шт. на номера абонентов других операторов России.

Таким образом, рост стоимости рассылки смс-сообщений на номера абонентов ПАО «МегаФон» составил 27%, на номера абонентов других операторов России — 25%.

Также с 01.03.2018 года ПАО «МегаФон» в рамках тарифа «Мобильное информирование» без подключения пакетов увеличена стоимость отправки одного смс-сообщения. Согласно новым тарифам стоимость составила:

- рекламные смс-сообщения — 1,80 руб./шт.;
- сервисные смс-сообщение — 1,45 руб./шт.;
- транзакционные смс-сообщение — 1,10 руб./шт.

Таким образом, рост стоимости рассылки смс-сообщений без использования пакетов составил 29% для рекламных сообщений, 58% для сервисных сообщений, 267% для транзакционных смс-сообщений.

При использовании пакетов в рамках тарифа «Мобильное информирование» существенно изменилась применяемая степ-тарификация и цена, в зависимости от объема направляемых сервисных сообщений стоимость с 01.03.2018 составила (Таблица 4):

Таблица 4

Количество смс в пакете, шт	Абонентская плата, руб./мес. с НДС	Стоимость 1 смс сверх пакета, руб./шт. с НДС
0	0	1,45
100 000	140 000	1,40
500 000	675 000	1,35
1 000 000	1 300 000	1,30
3 000 000	3 750 000	1,25

5 000 000	6 000 000	1,20
-----------	-----------	------

Также при использовании пакетов в рамках тарифа «Мобильное информирование» существенно изменилась применяемая шаг-тарификация и цена, в зависимости от объема направляемых рекламных сообщений стоимость с 01.03.2018 составила (Таблица 5):

Таблица 5

Количество смс в пакете, шт	Абонентская плата, руб./мес. с НДС	Стоимость 1 смс сверх пакета, руб./шт. с НДС
0	0	1,80
100 000	175 000	1,75
500 000	850 000	1,70
1 000 000	1 650 000	1,65
3 000 000	4 800 000	1,60
5 000 000	7 500 000	1,50

Учитывая, что ранее применяемые условия шаг-тарификации, предусматривали минимальный применяемый тариф для сервисных смс-сообщений составлял 0,20 руб./шт, с 01.03.2018 увеличен до 1,20 руб./шт, рост тарифа составил 500%, для рекламных смс-сообщений минимально применяемый тариф составлял 0,44 руб./шт, с 01.03.2018 увеличен до 1,50 руб./шт, рост составил 241%.

До 01.03.2018 ПАО «МегаФон» применялось 23 шага шаг-тарификации. С 01.03.2018 дифференциация сокращена до 6 шагов.

Комиссия отмечает, что действия ПАО «МегаФон» по изменению шаг-тарификации и стоимости услуг смс-рассылки повлекли рост стоимости рассылки сервисных сообщений в зависимости от объемов от 58% до 500%; рост стоимости рекламных смс-сообщений в зависимости от объемов составил от 29% до 241%.

Пунктом 6.2 Определения об отложении рассмотрения дела № 1-10-118/00-11-18 (исх. от 05.10.2018 № АГ/80448/18) ПАО «МегаФон» надлежало представить экономическое, технологическое и иное обоснование повышения стоимости услуг смс-рассылки.

<...>

На заседании Комиссии на вопрос Комиссии оказывает ли компания какому-либо из банков услуги смс-рассылки в убыток, то есть ниже себестоимости, представитель ответчика ответил отрицательно.

<...>

Таким образом, действия ПАО «МегаФон» содержат признаки злоупотребления доминирующим положением, выразившиеся в установлении и поддержании с 01.03.2018 года монопольно высокой цены на услугу рассылки коротких текстовых сообщений.

Определением ФАС России об отложении рассмотрения дела № 1-10-118/00-11-18 (исх. от 28.11.2018 № АГ/97179/18) Комиссия установила в действиях ПАО «МегаФон» наличие признаков нарушения пункта 1 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции, в части установления и поддержания монопольно высоких цен (тарифов) на услугу рассылки коротких текстовых сообщений.

Пунктом 6.1 Определения об отложении рассмотрения дела № 1-10-118/00-11-18 (исх. от 05.10.2018 № АГ/80448/18) ПАО «МегаФон» надлежало представить информацию, каким образом возможно довести информационно-справочную информацию на абонентское устройство без использования услуг подвижной радиотелефонной связи.

<...>

При этом в описании услуги «Информ-рассылка», содержащейся на официальном сайте ПАО «МегаФон» указано, что «SMS-информирование – это наиболее удобный способ оповещения Ваших сотрудников и клиентов с помощью текстовых сообщений», «Информ-рассылка» через SMS или MMS- это наиболее удобный способ оповещения Ваших сотрудников и клиентов на их мобильные номера. Мобильный телефон, в отличие от почты – всегда под рукой».

На заседании Комиссии представитель ПАО «МегаФон» заявила, что ФАС России при проведении анализа состояния конкуренции на товарном рынке были неверно определены продуктовые границы товарного рынка и опрошены не все потребители услуги смс-информирования.

При этом на вопрос Комиссии кто из заказчиков потребляет наибольший объем услуг по рассылке смс-сообщений, представитель ПАО «МегаФон» пояснила, что банки и финансовые организации рассылают наибольшее количество смс-сообщений среди всех потребителей услуг по рассылке смс-сообщений.

Комиссия отмечает, что ПАО «МегаФон», устанавливая условия, в том числе ценовые, создает конкурентные преимущества для хозяйствующих субъектов на смежном рынке, а именно на рынке оказания финансовых услуг, поскольку хозяйствующие субъекты с государственным участием в капитале имеют возможность рассылки, в том числе рекламных и информационных смс-сообщений, по меньшей стоимости.

На заседании Комиссии АО «Банк Русский Стандарт» представлены письменные пояснения (б/н) по делу № 1-10-118/00-11-18, в которых, в том числе указано, что на текущий момент времени не существует ни одного способа, сопоставимого с таким универсальным способом, как СМС-рассылка и который бы обеспечивал такое же по скорости, адресности и охвату предоставление информации гражданам.

Кроме того, сам по себе способ доставки информации до клиента устанавливается по соглашению сторон в договоре между банком и клиентом, и клиент сам выбирает удобный для него формат взаимодействия с кредитной организацией.

По информации АО «Банк Русский Стандарт», клиенты выбирают именно СМС-информирование как наиболее понятный им и оперативный способ получения необходимых сведений.

Письмом (вх. от 14.03.2019 № б/н) НП «НСФР» представлены письменные пояснения, согласно которым только смс-рассылка обеспечивает наличие всей совокупности потребительских свойств, которые имеют существенное значение для потребителей — заказчиков рассылки и определяют их выбор, а иные способы уведомления клиентов не могут обеспечить аналогичные качественные и иные характеристики, в которых заинтересованы потребители — кредитные организации.

В качестве доказательств приведенных доводов НП «НСФР» приобщен к материалам дела Отчет по итогам исследования восприятия потребителями банковских услуг информационных и иных сообщений от банков по итогам проведенного опроса Аналитическим Центром Юрия Левады.

Результаты проведенного исследования показывают, что для большинства потребителей банковских услуг (82%) смс-сообщения являются наиболее удобным способом получения информации. При этом большинство потребителей (78%) не готовы полностью отказаться от смс-сообщений в пользу иных способов информирования.

Подавляющее большинство потребителей (86%) оценивают оперативность получения информации в качестве важного фактора при выборе способа получения информации от банка, 69% потребителей

считают важным фактором возможность сохранения информации в памяти телефона и примерно столько же (66%) потребителей — отсутствие необходимости совершать дополнительные действия (скачивать мобильное приложение, пользоваться электронной почтой, заходить в личный кабинет через онлайн-банк и т. п.).

Подавляющее большинство потребителей высказывали предпочтение смс-сообщениям в качестве способа получения информации от банка для всех предложенных типов информации: информации об операциях по картам и счетам (84%), информации, содержащей одноразовые пароли для подтверждения операций (81%), рекламы услуг и продуктов, персональных предложений (52%) и для сведений по кредитам (70%).

ФАС России в соответствии с пунктом 10 части 1 статьи 23 Закона о защите конкуренции и Порядком проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденным Приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 (далее — Приказ №220), проведен анализ состояния конкуренции на рынке услуг рассылки услуг смс-сообщений по сетям подвижной радиотелефонной связи на территории Российской Федерации за 2017 год.

По результатам анализа состояния конкуренции на рынке услуг рассылки СМС-сообщений по сетям подвижной радиотелефонной связи установлено, что совокупная доля ПАО «ВымпелКом», ПАО «МегаФон», ПАО «МТС», ООО «Т2 Мобайл» на рынке услуг рассылки СМС-сообщений по сетям подвижной радиотелефонной связи составляет более 75%, при этом доля каждого из указанных хозяйствующих субъектов составляет более 8%.

Услуга СМС-рассылки не может быть заменена другими способами доведения информации до потребителей.

Согласно части 3 статьи 5 Закона о защите конкуренции доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов (за исключением финансовой организации), в отношении которого выполняются в совокупности следующие условия:

а) совокупная доля не более чем трех хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает пятьдесят процентов, или совокупная доля не более чем пяти хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает семьдесят процентов (настоящее положение не применяется, если доля хотя бы одного из указанных хозяйствующих субъектов менее чем восемь процентов);

б) в течение длительного периода (в течение не менее чем одного года или, если такой срок составляет менее чем один год, в течение срока существования соответствующего товарного рынка) относительные размеры долей хозяйствующих субъектов неизменны или подвержены малозначительным изменениям, а также доступ на соответствующий товарный рынок новых конкурентов затруднен;

в) реализуемый или приобретаемый хозяйствующими субъектами товар не может быть заменен другим товаром при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях), рост цены товара не обуславливает соответствующее такому росту снижение спроса на этот товар, информация о цене, об условиях реализации или приобретения этого товара на соответствующем товарном рынке доступна неопределенному кругу лиц.

Согласно результатам аналитического отчета доминирующим положением на рынке услуг рассылки смс-сообщений в составе коллективного доминирования занимают операторы связи ПАО «ВымпелКом», ПАО «МегаФон», ПАО «МТС», ООО «Т2 Мобайл», а также операторы, входящие в состав их групп лиц.

Таким образом, в соответствии с частью 3 статьи 5 Закона о защите конкуренции ПАО «МТС», ПАО «ВымпелКом», ПАО «МегаФон», ООО «Т2 Мобайл», а также операторы связи, входящие в состав их групп лиц, занимают доминирующее положение на рынке услуг рассылки СМС-сообщений по сетям подвижной радиотелефонной связи на территории Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 1, пунктом 8 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей, в том числе установление, поддержание монопольно высокой или монопольно низкой цены товара; создание дискриминационных условий.

Комиссия отмечает, что рассматриваемые Комиссией действия ПАО «МегаФон» приводят (могут привести) к ограничению конкуренции, поскольку установление таких условий, в том числе ценовых, создает конкурентные преимущества для хозяйствующих субъектов на смежном рынке, а именно на рынке оказания финансовых услуг, поскольку хозяйствующие субъекты с государственным участием в капитале имеют возможность рассылки, в том числе рекламных и сервисных смс-

сообщений по меньшей стоимости.

10 апреля 2019 года на заседании Комиссии принято заключение об обстоятельствах дела № 1-10-118/00-11-18 (исх. от 22.04.2018 № АГ/33469/19) о нарушении антимонопольного законодательства.

Комиссией установлено, что действия ПАО «МегаФон» по изменению порядка степ-тарификации и одновременном повышении тарифов на услуги рассылки смс-сообщений, установление в договорах на оказание услуг по рассылке коротких текстовых сообщений специальных условий по установлению, изменению цен на услуги по рассылке коротких текстовых сообщений, а также фактические действия по установлению, изменению цен на услуги по рассылке коротких текстовых сообщений экономически, технологически и иным образом не обоснованы.

На заседании Комиссии представителем ПАО «МегаФон» в качестве дополнительных доказательств, подтверждающих позицию Общества об отсутствии создания дискриминационных условий в материалы дела представлены <...>

НП «НСФР» письмом (вх. от 30.04.2019 № 76187-ДСП/19) представлена информация о проведенном опросе в анкетной форме банков — членов НП «НСФР», а именно АО «Райффайзенбанк», АО «Тинькофф Банк», ПАО «Совкомбанк», АО «ОТП Банк», ООО КБ «Ренессанс Кредит», АО «Банк Русский Стандарт».

По результатам опроса остальные способы информирования в сравнении с смс-рассылками не обладают всеми необходимыми, по мнению банков, качественными и иными характеристиками и в связи с этим не могут считаться универсальным каналом уведомлений, способным заменить смс-рассылку.

При этом ни один банк не использует электронную почту для целей отправки транзакционных или сервисных сообщений клиентам.

Данный канал иногда используется для направления рекламной или иной информации, превышающей допустимые для смс-сообщений объемы.

Практически все опрашиваемые банки предоставили в процентном соотношении информацию о клиентах, которые являются абонентами операторов сотовой связи, включая информацию об абонентах операторов, не входящих в «большую четверку». Из ответов банков следует, что доли операторов «большой четверки» (по числу клиентов — абонентов соответствующих операторов) в совокупности составляли более 90% в 2017 и 2018 годах соответственно. Банки отметили, что с 2015

года не наблюдали существенных изменений в долях операторов сотовой связи.

Согласно внутренней статистике банков, которая сформирована на основании данных клиентов, являющихся абонентами операторов сотовой связи, на рынке услуг смс-рассылки операторы «большой четверки» занимают коллективное доминирующее положение, что подтверждает выводы, сделанные в аналитическом отчете ФАС России.

На основании изложенного, руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, статьей 41, частью 1 статьи 49, статьей 50 Закона о защите конкуренции,

РЕШИЛА:

1. Признать факт нарушения ПАО «МегаФон» пунктов 1, 8 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции в части установления и поддержания монопольно высоких цен (тарифов) на услугу рассылки коротких текстовых сообщений, создания дискриминационных условий, в части установления в договорах на оказание услуг по рассылке коротких текстовых сообщений специальных условий по установлению, изменению цен на услуги по рассылке коротких текстовых сообщений.

2. Выдать предписание об устранении нарушения антимонопольного законодательства.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>