

ПАО «МТС-Банк»

Андропова пр-т, д. 18, корп. 1,

г. Москва, 115432

info@mtsbank.ru

ПАО «МТС»

ул. Марксистская, 4, г. Москва,  
109147

reception@mts.ru

Заявителю

## **РЕШЕНИЕ**

по делу № 034/05/18-214/2022

27 мая 2022 года  
Волгоград

г.

Комиссия Волгоградского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии - заместитель руководителя Управления  
Н. И.Б.

Члены Комиссии - заместитель начальника отдела – А. Е. В.

- ведущий специалист - эксперт – А.М. А,

рассмотрев дело № 034/05/18-214/2022, возбужденное в отношении ПАО «МТС» (109147, г. Москва, ул. Марксистская, 4, ОГРН: 1027700149124, дата присвоения

ОГРН: 22.08.2002, ИНН: 7740000076) и ПАО «МТС-Банк» (115432, г. Москва, пр. Андропова, д. 18, корп. 1, ОГРН: 1027739053704, дата присвоения ОГРН: 08.08.2002, ИНН: 7702045051, КПП: 772501001) по признакам нарушения ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя ПАО «МТС-Банк» Сумарокова И.С. (доверенность ...), ПАО «МТС» Федотовой Н.Г. (доверенность от ...), С.Ю.В. (личность удостоверена по паспорту),

### **УСТАНОВИЛА:**

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (ч. 1 ст. 33 Закона о рекламе).

Территориальный антимонопольный орган Федеральной антимонопольной службы, осуществляющий надзор за соблюдением законодательства о рекламе, руководствуется в своей деятельности Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее - Правила).

В соответствии с п. 13 Правил основанием для возбуждения и рассмотрения антимонопольным органом дела являются: а) поступление из государственных органов и органов местного самоуправления заявлений о нарушении законодательства и материалов, указывающих на наличие признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе; б) представление прокурора; в) заявление о нарушении законодательства; г) собственная инициатива в случае обнаружения антимонопольным органом признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Волгоградское УФАС России рассмотрело заявление С.Ю.В. (вх № 625 от 27.01.2022) с жалобой на распространение нежелательной рекламы кредита от ПАО «МТС-Банк».

Заявитель указал, что 31.12.2021 в 13:37 с номера «MTS-Bank» ему на номер телефона (...) поступило смс-сообщение: *«Кредит на любые цели: выгодная ставка от 5,9% годовых, моментальное решение, получение в любом салоне связи МТС. Заполните заявку на [l.mts.ru/credit](http://l.mts.ru/credit) или по телефону (...) ПАО «МТС-Банк».* Заявитель указал, что согласия на получение такой рекламы не давал. С.Ю.В. представила сведения о месте регистрации в Волгограде.

В ответ на запрос Волгоградского УФАС России исх. № 02-3/638 от 03.02.2022 **ПАО «МТС»** в письме вх. № 1644 от 25.02.2022 сообщило следующее.

Оператор связи подтвердил, что услуги подвижной связи по абонентскому номеру (...) оказываются ПАО «МТС» физическому лицу – заявителю на основании договора об оказании услуг подвижной связи, заключенного 27.11.2004.

Договор об оказании услуг связи «МТС» на дату получения спорного SMS сообщения состоял из 3-х частей:

- договора, в котором указываются данные абонента,
- правила оказания услуг подвижной связи МТС (далее - Правила МТС),
- тарифный план, выбранный абонентом.

Правила «МТС» являются публичной офертой и могут быть приняты Абонентом не иначе как путём присоединения к ним в целом.

Подписанием абонентского договора абонент присоединился к Правилам «МТС», выразив безусловное согласие с данными Правилами.

Согласно пункту 7.6 Правил «МТС», заключая договор, абонент тем самым, как считает ПАО «МТС», выразил своё согласие на возможность получения рекламной информации от оператора и/или его партнеров, распространяемой по сетям связи в целях и случаях, когда необходимость такого согласия предусмотрена нормативно-правовыми актами о рекламе. При этом абонент вправе выразить свой отказ от возможности получения рекламы, распространяемой по сетям связи, путем направления Оператору (ПАО «МТС») соответствующего письменного уведомления. Такой отказ действует с момента его получения Оператором (ПАО «МТС»).

На дату поступления рассматриваемого SMS-сообщения абонент согласия на получение рекламы не отзывал, с требованием о прекращении распространения рекламы в ПАО «МТС» не обращался.

Учитывая вышеизложенное. ПАО «МТС» считает, что в рассматриваемом случае отсутствуют признаки нарушения ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Информация о полных условиях кредита со ставкой от 5,9% у ПАО «МТС» отсутствуют, поскольку рекламодателем, как указывает оператор связи, выступило ПАО «МТС-Банк».

В адрес **ПАО «МТС-Банк»** был также направлен запрос информации от 03.02.2022 исх. № 02-3/639. Однако ответ от Общества в рамках рассмотрения заявления не поступил.

**Определением от 28.03.2022 по результатам рассмотрения заявления было возбуждено дело № 034/05/18-214/2022 по признакам нарушения ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.**

ФАС России письмом от 11.04.2022 исх. № 08/34666/22 наделила Волгоградское УФАС России полномочиями на рассмотрение дела по признакам нарушений законодательства о рекламе по указанному факту распространения рекламы.

В рамках рассмотрения дела представитель **ПАО «МТС»** подтвердил сведения, представленные ранее в письме от 25.02.2022 вх. № 1644. Устно представитель оператора связи на заседании комиссии 13.05.2022 указал, что ПАО «МТС» в рассматриваемом случае текст смс-сообщения не формировал. Также представитель ПАО «МТС» подтвердил, что на номер заявителя рекламная информация от ПАО «МТС-Банк» более не распространяется: установлен запрет на получение рекламы посредством смс-рассылок, рассылок по электронной почте, телефонных звонков.

Данная информация заявителем в ходе заседания комиссии не опровергнута.

В рамках рассмотрения дела поступили письменные объяснения также от **ПАО «МТС-Банк»** (вх. № 4180 от 11.05.2022). ПАО «МТС-Банк» сообщило следующее:

- физическое лицо с контактным номером телефона (...) клиентом Банка не является. Номер телефона (...) в программном обеспечении Банка не найден;
- с целью продвижения продуктов Банка между Банком и ПАО «МТС» был заключен договор № Д200120322 от 19.06.2020 о предоставлении услуг, направленных на взаимное продвижение товаров, работ и услуг сторон, в соответствии с которым оператор связи проводит стимулирующие мероприятия среди своих абонентов, направленные на увеличение числа клиентов Банка, в т.ч. с использованием рекламных материалов о продуктах Банка. Согласно указанному договору, ПАО «МТС» обязуется соблюдать законодательство о рекламе, в т.ч. осуществляет отправку смс-сообщений исключительно в отношении пользователей, которые выразили согласие на получение рекламы по сетям электросвязи. Оператор связи несёт полную ответственность за соблюдение требований законодательства о рекламе.
- Банк указал, что со стороны МТС получено подтверждение, что у абонента (...) на момент получения смс-сообщения не был установлен отказ от получения рассылок с рекламными предложениями по сетям электросвязи.

Относительно полных условий предоставления кредита со ставкой 5,9% годовых, ПАО «МТС-Банк» пояснило, что рассматриваемое в деле предложение носило персонализированный характер и было разработано для абонента «МТС» в индивидуальном порядке.

**Заявитель** настаивает, что своего согласия на получение рекламы в рассматриваемой ситуации не предоставлял.

**Рассмотрев материалы дела № 034/05/18-214/2022, с учётом доводов сторон комиссия установила следующее.**

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе реклама – это 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.

Реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

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

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Признаком любой рекламы является её способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Согласно п. 2 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- информация распространена посредством направления смс-сообщения на номер заявителя;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке (финансовые услуги).

В соответствии с п. 2 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) под финансовой услугой понимается 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

Таким образом, финансовыми услугами являются конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств.

- адресована неопределенному кругу лиц.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования (письмо ФАС России от 20.06.2018 № АД/45557/18 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе»(1)). Таким образом, к рекламе относится и определённая неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определённого объекта рекламирования, даже если она направляется по определённому адресному списку.

С учётом позиции ФАС России, изложенной в письме ФАС России от 25.06.2013 № АК/24455/13 «О рекламных SMS-сообщениях», информация, направленная в SMS-сообщении, содержащем сведения об услугах Банка обобщенного характера, не носит персонализированного характера, несмотря на упоминание имени и отчества абонента, представляет интерес для неопределенного круга лиц и является рекламой.

Кроме того, рекламируемый продукт не был сформирован, вопреки доводам представителя Банка, исключительно для заявителя. Информация о возможности получить кредит размещалась в сети «Интернет» на сайте Банка, на который осуществлялся переход при наборе ссылки, указанной в смс-сообщении в поисковой строке браузера. Для перехода по ссылке нет необходимости вводить логины или пароли.

СМС-сообщения, например с предложением получить кредитную на специальных условиях, направляются абоненту прямой адресной рассылкой по сети электросвязи имеют целью привлечь внимание и сформировать интерес к услугам банка. Лицо, которому направлялись сообщения, входит в неопределенный круг возможного правоотношения, о которых заранее неизвестно, вступят ли они в конкретные правоотношения с Банком по поводу предлагаемых услуг.

Как отмечено в судебной практике (см. постановление Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 15.09.2015 № 15АП-11319/2015 по делу № А53-9616/2015), реклама всегда нацелена на определенную часть населения, так называемую «целевую аудиторию» - группу потенциальных потребителей, в том числе на конкретных потребителей, систематически пользующихся услугами, товарами. При этом реклама может доводиться до их сведения в любой форме и любыми способами, в том числе посредством SMS-сообщений и электронных отправок.

В зависимости от целей, которых стремится достигнуть реклама, круг адресатов рекламы бывает широким или, напротив, узким. Вопрос о том,

какой будет целевая аудитория рекламы, решает рекламодатель.

В этой связи обособление круга лиц, которым направляется какая-либо информация персонально, не имеет значения в вопросах квалификации признаков рекламы в доведенной до их сведения информации, поскольку понятие неопределенного круга лиц как адресата рекламы не совпадает с понятием «целевая аудитория» рекламного послания.

Таким образом, довод ПАО «МТС-Банк» о том, что сообщение адресовано абоненту «МТС», указывает лишь на то, что в рассматриваемом случае была определена целевая аудитория рекламы, которой может быть интересно предложение об акциях и услугах банка, и не опровергает того, что рекламное сообщение адресовано неопределенному кругу лиц, то есть кругу, который не может быть заранее определен в качестве конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования, поскольку неизвестно, кто из адресатов под воздействием рекламы обратится в Банк за услугами.

В соответствии с ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, если реклама кредита или займа содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, она должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа) по Закону о потребительском кредите.

При изучении информации размещенной в сети Интернет по ссылке, указанной в смс-сообщении, было установлено, что на полную стоимость кредита влияют следующие условия: сроки кредитования, сумма кредита, наличие залога недвижимости и договора страхования и др.

Как указал Пленум ВАС РФ в постановлении от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.)

В соответствии с ч.ч. 1-2 ст. 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» полная стоимость потребительского кредита (займа) определяется как в процентах годовых, так и в денежном выражении и рассчитывается в порядке, установленном настоящим Федеральным законом. Полная стоимость потребительского кредита (займа), определяемая в процентах годовых, рассчитывается по формуле (см. ч. 2 ст. 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)»).

В рассматриваемом случае в рекламе упомянута часть существенных

условий предоставления кредита (от 5,9% годовых). При этом отсутствуют иные условия, в том числе иные процентные ставки кроме 5,9%, срок, комиссии, страховки и т.д., от которых зависит фактическая стоимость кредита.

При этом судебная практика<sup>(2)</sup> исходит из того, что смс-сообщение направляется по сетям электросвязи, т. е. не является контекстной рекламой. Для чтения смс не нужна интернет-связь, а чтобы ознакомиться со всеми условиями кредитования, пользователю нужно перейти по предлагаемой гиперссылке, подключившись к Интернету, а информация о возможности уточнить детали рекламируемой услуги не заменяет опубликования существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение.

Одной из целей Закона о рекламе является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы. Законодатель не возлагает на потребителя каких-либо обязанностей по поиску, сверке и проверке информации в связи с доведением до него рекламы.

Требования рекламного законодательства к рекламе финансовых услуг особенно строги, и призваны пресечь практику умышленного введения в заблуждение потребителей о реальных условиях предоставления финансовых услуг.

Практика Арбитражных судов исходит также из того, что реклама не должна создавать иллюзий о рекламируемом товаре (услуге) и порядке его приобретения (пользования) в целях привлечения интереса потребителей (см., например, постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 29.07.2016 № 12АП-6577/2016 по делу № А06-602/2016).

При этом потребитель при выборе товара посредством восприятия рекламы делает свой выбор исходя из самой запоминающейся, самой понятной и самой в его понимании необходимой информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель, не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности, заявленных в ней сведений.

Кроме того, 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 в ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе закрепляется презумпция отсутствия указанного согласия абонента или адресата, поскольку в соответствии с ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если



рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

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

Согласно п. 35 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон о связи) под электросвязью понимаются любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Абонент, согласно п. 1 ст. 2 Закона о связи - это пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Согласно ч. 1 ст. 44.1 Закона о связи рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

Согласно представленным ПАО «МТС» документам, С.Ю.В. заключила в 2004 году с ЗАО «Волгоград Мобайл», правопреемником которого с 2008 года является ПАО «МТС», договор оказания услуг связи, выбрав тарифный план «Супер Джинс». Подписав договор, абонент подтвердил, что ознакомлен с зоной радиопокрытия сети оператора, ознакомлен и согласен с Правилами предоставления услуг «Джинс».

Пункт 7.6 Правил МТС, на который ссылается ПАО «МТС» в обоснование правомерности направления С.Ю.В. смс-сообщения рекламного характера, содержит следующие положения:

- «Абонент вправе выразить своё согласие на возможность получения информационных рассылок, рекламы от Оператора, в том числе о товарах/работах/услугах и иных объектах рекламирования и/или объектах информирования третьих лиц, распространяемых по сетям электросвязи, а также на использование сведений об Абоненте в целях продвижения

товаров/работ/услуг/иных объектов информирования, в том числе путем осуществления прямых контактов с Абонентом с помощью средств связи, когда необходимость такого согласия предусмотрена действующими нормативно-правовыми актами. В случае, когда Оператор является рекламодателем, согласие на получение рекламы означает согласие Абонента на получение, в том числе рекламы о товарах/работах/услугах и иных объектах рекламирования третьих лиц.

Абонент вправе отозвать данное им согласие в любое время путем направления Оператору соответствующего письменного заявления, являющегося неотъемлемой частью Договора, либо иным способом, установленным Оператором. Согласие считается отозванным Абонентом с момента получения Оператором указанного в настоящем пункте заявления».

Исходя из контекста указанных положений Правил МТС, Правилами закрепляется право абонента выразить свое согласие или отказ от получения рекламы. Однако ни договором на оказание услуг связи, ни Правилами МТС получение такого согласия от С. Ю.В. не подтверждено.

Сам заявитель настаивает, что своего согласия на получение рекламы не давал.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Рассматриваемая реклама, полученная заявителем посредством смс-сообщения 31.12.2021 в 13:37 с номера «MTS-Bank» на номер телефона (...), является ненадлежащей, нарушающей ч. 1 ст. 18 и ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

В силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

За нарушение ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

Рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе). Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

В соответствии с п. 3.1.2 и п. 3.3.1 договора № Д200120322 от 19.06.2020, заключенного между ПАО «МТС» и ПАО «МТС-Банк» оператор связи осуществляет размещение рекламных информационных материалов организации (Банка), а организация осуществляет разработку

конкурентоспособных продуктов, специальных предложений и акций для абонентов.

Таким образом, с учётом полученной в рамках рассмотрения дела информации рекламодателем выступило ПАО «МТС» (109147, г. Москва, ул. Марксистская, 4, ОГРН: 1027700149124, дата присвоения ОГРН: 22.08.2002, ИНН: 7740000076), рекламодателем выступило ПАО «МТС-Банк» (115432, г. Москва, пр. Андропова, д. 18, корп. 1, ОГРН: 1027739053704, дата присвоения ОГРН: 08.08.2002, ИНН: 7702045051, КПП: 772501001).

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

На момент рассмотрения дела № 034/05/18-214/2022 от ПАО «МТС» поступила информация о прекращении распространения спорной рекламы в адрес Заявителя.

Однако доказательств прекращения распространения спорной рекламы с нарушением ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе в материалы дела не поступило.

Таким образом, комиссией Волгоградского УФАС установлены основания для выдачи предписания о прекращении нарушения ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

Руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе, в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу: *«Кредит на любые цели: выгодная ставка от 5,9% годовых, моментальное решение, получение в любом салоне связи МТС. Заполните заявку на [l.mts.ru/credit](http://l.mts.ru/credit) или по телефону (...) ПАО «МТС-Банк», поступившую 31.12.2021 в 13:37 с номера «МТС-Банк» на номер телефона (...) посредством смс-сообщения, поскольку реклама распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.*

2. Выдать ПАО «МТС-Банк» (115432, г. Москва, пр. Андропова, д. 18, корп. 1, ОГРН: 1027739053704, дата присвоения ОГРН: 08.08.2002, ИНН: 7702045051, КПП: 772501001) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской

Федерации об административных правонарушениях, в отношении ПАО «МТС», по ч. 6 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях - в отношении ПАО «МТС-Банк»,

**Решение изготовлено в полном объеме 27 мая 2022 года.**

Резолютивная часть решения оглашена 13 мая 2022 года.

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

Председатель Комиссии  
Н.

И.Б.

Члены Комиссии  
А.

Е.В.

М.А. А.

А. Е.В. (8442) 23 19 23

---

(1) ФАС России (г. Москва) имеет право давать юридическим и физическим лицам разъяснения по вопросам, отнесенным к компетенции службы, в соответствии с п. 6.3 Положения о Федеральной антимонопольной службе, утвержденного постановлением Правительства РФ от 30.06.2004 № 331.

(2) Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа от 18.05.2021 по делу № А05-8691/2020, Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 12.02.2020 № 09АП-79893/2019 по делу № А40-225838/2019.