

ПАО «Вымпелком»

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

ПАО «Почта Банк»

Преображенская пл., д. 8,
г. Москва, 107061

welcome@pochtabank.ru

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/18-9264/2020

Резолютивная часть оглашена «17» июля 2020 года г. Москва

В полном объеме изготовлено «24» августа 2020 года

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: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...>,

рассмотрев дело № 077/05/18-9264/2020, возбужденное в отношении ПАО «Почта Банк» (ОГРН 1023200000010; ИНН 3232005484, ПАО «Вымпелком» (ОГРН 1027700166636, ИНН 7713076301) по факту распространения на телефонный номер <...> рекламных смс-сообщений следующего содержания:

- *«Александр, оформите кредитную карту с лимитом 149000 р. до 11.03.2020 в rochtabank.ru/mas, и возвращайте до 5 % от покупок! Льготный период до 60 дней, оформление бесплатное»,* поступившего 20.12.2019 в 18:04 от отправителя «Рochtabank»;
- *«Александр! Вам предварительно одобрен кредит: 600 000 руб., на 60 мес., ставка от 11.9%! Оформите кредит до 11.03.2020 в rochtabank.ru/mas и получите 2 деньги без посещения офиса»,* поступившего 11.01.2020 в 17:06 от отправителя «Рochtabank» с признаками нарушения части 1 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,

в присутствии представителя ПАО «Почта Банк» <...> (по доверенности № 20-0044 от 27.01.2020),

в отсутствие представителей ПАО «Вымпелком» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-9264/2020 возбуждено в отношении ПАО «Вымпелком», ПАО «Почта Банк» на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения посредством телефонных звонков на телефонный номер <...> рекламных смс-сообщений следующего содержания:

- *«Александр, оформите кредитную карту с лимитом 149000 р. до*

11.03.2020 в rochtabank.ru/mas, и возвращайте до 5 % от покупок! Льготный период до 60 дней, оформление бесплатное», поступившего 20.12.2019 в 18:04 от отправителя «Rochtabank»;

- «Александр! Вам предварительно одобрен кредит: 600 000 руб., на 60 мес., ставка от 11.9%! Оформите кредит до 11.03.2020 в rochtabank.ru/mas и получите 2 деньги без посещения офиса», поступившего 11.01.2020 в 17:06 от отправителя «Rochtabank».*

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

ПАО «Вымпелком» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 12.10.1992 за основным государственным регистрационным номером 1027700166636, ИНН 7713076301, КПП 771301001.

ПАО «Почта Банк» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 11.11.1992 за основным государственным регистрационным номером 1023200000010, ИНН 3232005484, КПП 771801001.

Согласно материалам дела № 077/05/18-9264/2020 спорная реклама на номер телефона <...> поступила 20.12.2019 в 18:04, 11.01.2020 в 17:06 от отправителя «Rochtabank».

Поступление указанной рекламы на телефонный номер <...> подтверждается скриншотом экрана, содержащего текст рассматриваемого сообщения, а также детализированной выпиской, представленной ПАО «Вымпелком».

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 смс-сообщения информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о самом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может признаваться рекламой, если она носит обобщённый 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 неопределённого 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.

В материалы дела не представлено доказательств направления данного смс-сообщения исключительно на телефонный номер одного физического лица — заявителя.

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 телефонного звонка, в котором содержится предложение заключить кредитный договор (оформление кредитной карты), Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

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

Таким образом, информация, распространенная посредством направления смс-сообщения на номер телефона <...>, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Закона о рекламе распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение

рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

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

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

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

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

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера <...>, согласие на получение рекламы он не давал. Доказательств обратного в материалы дела не представлены.

Согласно письменным пояснениям, представленным ПАО «Почта Банк» 27.03.2018 заявителем была пройдена регистрация на портале ГИС ЖКХ в результате чего открыт «Виртуальный МИР». При регистрации в ГИС ЖКХ для открытия электронного кошелька Клиентом было заполнено заявление о предоставлении предоплаченной виртуальной карты, где заявитель указал свои персональные данные и согласился на дальнейшую их обработку ПАО «Почта Банк», подтвердив согласие одноразовым паролем, направленным на номер телефона заявителя.

В абзаце 5 пункта 4 Заявления о предоставлении предоплаченной

виртуальной карты от 27.03.2018, подписанного заявителем с применением простой электронной подписи, указано что:

«Своей подписью на Заявлении я:

- предоставляю Банку, а также организациям, входящим в группу ВТБ, и иным лицам по поручению Банка и/или партнера Банка право направлять мне информацию, включая информацию рекламного характера, об услугах Банка и/или партнеров Банка на предоставленные мной Банку адреса и контакты, включая отправку СМС-сообщений на номер мобильного телефона, указанный в настоящем заявлении, а также посредством направления сообщений по указанному мной адресу электронной почты;*
- все согласия, перечисленные в настоящем разделе, действуют в течение 10 лет с даты подписания Заявления, а также в течение 5 лет с момента прекращения отношений Банка с Клиентом и могут быть отозваны в любой момент путем предоставления письменного заявления в Банк».*

На основании изложенного, по мнению ПАО «Почта Банк», обществом было получено надлежащее согласие для направления рекламы посредством электросвязи, в связи с заполнением регистрационной формы Заявителем.

Вместе с тем, Комиссия Московского УФАС России не может принять данный довод обоснованным.

Положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности распространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы. По мнению Комиссии Московского УФАС России, включение обязательного условия о даче согласия при заключении договора на оказание каких-либо услуг, в данном случае — банковских услуг, противоречит принципу добровольности, на котором строятся гражданские правоотношения.

Согласно представленным документам и сведениям, договор комплексного банковского обслуживания по своей природе является договором присоединения.

В соответствии с пунктом 1 статьи 428 Гражданского кодекса Российской Федерации, договором присоединения признается договор, условия которого определены одной из сторон в формулярах или иных стандартных формах и могли быть приняты другой стороной не

иначе как путем присоединения к предложенному договору в целом.

Таким образом, у потенциального клиента банка нет объективной возможности каким-либо образом повлиять на условия договора. Отказ лица от одного из условий такого договора приравнивается к отказу от заключения договора в целом.

Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что подобное навязывание клиенту услуг, прямо не связанных с основным предметом договора, не может рассматриваться в качестве надлежащего согласия абонента на получение рекламной информации.

В данном случае у лица, заключившего договор, возникает необходимость для отказа от получения рекламных сообщений совершить ряд дополнительных действий. В то время, когда для их получения достаточно лишь заключить договор. Подобное положение, по мнению Комиссии, прямо противоречит самой цели установленного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе правила предварительного получения согласия абонента, и нарушает его право на возможность не соглашаться на распространение на его телефон (электронную почту и т.п.) рекламы.

Согласно статье 309 Гражданского кодекса обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований — в соответствии с обычаями делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

ПАО «Почта Банк» в настоящем случае не предприняли достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту граждан как наиболее слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях от получения нежелательной рекламы, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Таким образом, при распространении спорной рекламы:

- *«Александр, оформите кредитную карту с лимитом 149000 р. до 11.03.2020 в rochtabank.ru/mas, и возвращайте до 5 % от покупок! Льготный период до 60 дней, оформление бесплатное»*,

поступившего 20.12.2019 в 18:04;

- *«Александр! Вам предварительно одобрен кредит: 600 000 руб., на 60 мес., ставка от 11.9%! Оформите кредит до 11.03.2020 в rochtabank.ru/mas и получите 2 деньги без посещения офиса»,* поступившего 11.01.2020 в 17:06 от отправителя «Rochtabank» установлено нарушении части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы без предварительного согласия абонента.

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

Таким образом, реклама:

с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

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

Исходя из материалов дела №077/05/18-9264/2020, указанная реклама распространялась на основании Договора № 724903311 от 10.07.2019, заключенного ПАО «Вымпелком» и ПАО «Почта Банк» (далее — Договор, а также приложениям к нему, в частности Приложение 1 (об оказании услуги «Корпоративные SMS сервисы» от 10.07.2019) (далее также Приложение 1).

Согласно пункту 2.1. Договора договор регулирует отношения между ПАО «Вымпелком» и ПАО «Почта Банк» при оказании ПАО «Вымпелком» услуг связи. В соответствии с условиями Договора ПАО «Вымпелком» оказывает услуги, а ПАО «Почта Банк» оплачивает на условиях Договора оказанные услуги.

Также согласно пункту 1.2. Договора услуги оказываются на основании Договора и/или отдельных Приложений к Договору, заключаемых между ПАО «Вымпелком» и ПАО «Почта Банк».

Согласно преамбуле Договора под услугой понимается деятельность по приему, обработке, хранению, передаче, доставке сообщений электросвязи. Под услугами в рамках Договора понимаются услуги подвижной радиотелефонной связи; телематические услуги связи, услуги связи по передаче данных, за исключением услуг связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации, услуги связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации в сети подвижной связи, дополнительные услуги, оказываемое ПАО «Вымпелком» ПАО «ПочтаБанк» в соответствии с Правилами оказания соответствующего вида услуг и условиями выданных ПАО «Вымпелком» лицензий (перечень территорий, на которых оказываются услуги с использованием радиоэлектронных средств стандарта LTE и последующих модификаций указывается на сайте ПАО «Вымпелком»).

Согласно пункту 1.2 Приложения 1 под услугой понимается услуга ПАО «Вымпелком» по приему, обработке и передаче коротких текстовых сообщений (СМС — сообщений) от ПАО «Почта Банк» к пользователем, а также от пользователей к ПАО «Почта.Банк».

Согласно пункту 5.1 Приложения 2 ПАО «Вымпелком» обязуется обеспечить оказание сервиса пользователям. Предоставить ПАО «Почта Банк» доступ к интерфейсу, осуществить его настройку и оказывать поддержку по его эксплуатации в соответствии с условиями Приложения. ПАО «Вымпелком» обязуется выделить номера доступа к сервисам в необходимом количестве при наличии свободных номеров доступных для всех пользователей и обеспечить работоспособность сети для оказания сервиса.

Согласно пункту 4.7 Приложения 1 ПАО «Почта Банк» обязуется осуществлять отправку СМС сообщений пользователю, только при наличии согласия пользователя, подтвержденного документально.

Согласно пункту 4.8 Приложения 1 в случае неоднократного нарушения ПАО «Вымпелком» обязанности направления рекламных сообщений только при наличии согласия ПАО «Вымпелком» вправе приостановить действие Приложения 1 до выяснения обстоятельств в одностороннем внесудебном порядке без предварительного уведомления ПАО «Почта Банк».

В связи с тем, что ПАО «Вымпелком» не осуществляет непосредственное направление смс-сообщений абонентам, по его мнению, нарушения части 1 статьи 18 в его действиях отсутствует.

Между тем Комиссия приходит к выводу, что само по себе наличие цепочки взаимосвязанных договоров является свидетельством осуществления указанными лицами определенных действий

направленных на доведение рекламы до ее получателей, а равно наличия у них статуса рекламораспространителя.

Исходя из анализа упомянутых положений договоров представляется возможным сделать вывод о том, что распространение SMS-сообщений осуществляется путем их передачи от ПАО «Почта Банк» к ПАО «Вымпелком» в целях непосредственного доведения таких сообщений до их конечных получателей.

Вместе с тем, по смыслу части 1 статьи 8 Закона о рекламе, а также в целях соблюдения принципа справедливости юридической ответственности, при разрешении вопроса относительно признания лица распространителем рекламы необходимо исходить из наличия у такого лица возможности либо непосредственно ознакомиться с содержанием распространяемой рекламы, либо предполагать, что ее распространение станет возможным посредством его действий.

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

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

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

Согласно статье 309 Гражданского кодекса обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований - в соответствии с обычаями делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

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

Обратного ПАО «Вымпелком», ПАО «Почта Банк» не доказано, в связи с чем не представляется возможным говорить о том, что на данные лица не могут быть возложены обязанности, предъявляемые к рекламодателям.

На основании изложенного, учитывая то обстоятельство, что действия по непосредственному доведению SMS-сообщений до их конечных получателей осуществлены лицами, участвующими в деле, а также то, что они были осведомлены относительно содержания передаваемых сообщений и о цели оказания ими соответствующих услуг, в данном случае имеются все основания считать ПАО «Вымпелком», ПАО «Почта Банк» рекламодателями рекламы, поступившей на телефонный номер <...> смс-сообщений следующего содержания:

- *«Александр, оформите кредитную карту с лимитом 149000 р. до 11.03.2020 в rochtabank.ru/mas, и возвращайте до 5 % от покупок! Льготный период до 60 дней, оформление бесплатное»,* поступившего 20.12.2019 в 18:04 от отправителя «Рochtabank»;
- *«Александр! Вам предварительно одобрен кредит: 600 000 руб., на 60 мес., ставка от 11.9%! Оформите кредит до 11.03.2020 в rochtabank.ru/mas и получите 2 деньги без посещения офиса»,* поступившего 11.01.2020 в 17:06 от отправителя «Рochtabank».

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

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

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ПАО «Вымпелком», ПАО «Почта Банк» уставлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы на телефонный номер <...> смс-сообщений следующего содержания:

- *«Александр, оформите кредитную карту с лимитом 149000 р. до 11.03.2020 в rochtabank.ru/mas, и возвращайте до 5 % от покупок! Льготный период до 60 дней, оформление бесплатное»,* поступившего 20.12.2019 в 18:04 от отправителя «Rochtabank»;
- *«Александр! Вам предварительно одобрен кредит: 600 000 руб., на 60 мес., ставка от 11.9%! Оформите кредит до 11.03.2020 в rochtabank.ru/mas и получите 2 деньги без посещения офиса»,* поступившего 11.01.2020 в 17:06 от отправителя «Rochtabank».

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508 (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.

Вместе с тем, согласно представленным документам ПАО «Почта Банк» в связи с поступлением Определения о возбуждении дела № 077/05/18-9264/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе контактный номер клиента <...> добавлен в «стоп лист коммуникаций» с целью исключения дальнейших маркетинговых рассылок, распространение рекламы по указанному номеру было прекращено.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ПАО «Вымпелком», ПАО «Почта Банк» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации

Федерации о рекламе, а именно распространения рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ПАО «Вымпелком», ПАО «Почта Банк» нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении посредством телефонного звонка на телефонный номер на телефонный номер <...> смс-сообщений следующего содержания:

- *«Александр, оформите кредитную карту с лимитом 149000 р. до 11.03.2020 в rochtabank.ru/mas, и возвращайте до 5 % от покупок! Льготный период до 60 дней, оформление бесплатное»,* поступившего 20.12.2019 в 18:04 от отправителя «Rochtabank»;
- *«Александр! Вам предварительно одобрен кредит: 600 000 руб., на 60 мес., ставка от 11.9%! Оформите кредит до 11.03.2020 в rochtabank.ru/mas и получите 2 деньги без посещения офиса»,* поступившего 11.01.2020 в 17:06 от отправителя «Rochtabank», выразившегося в распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ПАО «Вымпелком», ПАО «Почта Банк» не выдавать в связи с добровольным прекращением нарушения.

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

Председатель Комиссии

<...>а

Члены Комиссии

<...>а

<...>

