

Управление Федеральной антимонопольной службы  
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

06 апреля 2023 года

(изготовление решения в полном объеме)

04 апреля 2023 года

(оглашение резолютивной части)

№ 02-16/2305

г. Сыктывкар

**ООО «СМС Трафик»**

2-й Южнопортовый  
проезд,

д. 20А, стр. 4, подъезд 1,  
этаж 2, пом. 2, г. Москва,  
115088

**«Газпромбанк»**

**(Акционерное общество)**

Наметкина ул., д. 16,  
корп. 1,

г. Москва, 117420

<...> (по адресу)

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Комиссия, Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

председатель Комиссии – <...>,

члены Комиссии: <...>, <...>;

рассмотрев с использованием видеоконференцсвязи дело № 011/05/18-112/2023, возбужденное в отношении ООО «СМС Трафик» (ОГРН 1057746117384, ИНН 7705642257, КПП 772301001, адрес места нахождения: 115088, г. Москва, пр-д 2-й Южнопортовый, д. 20А, стр. 4, подъезд 1, эт. 2, п. 2), «Газпромбанк» (Акционерное общество) (ОГРН 1027700167110, ИНН 7744001497, КПП 772801001, адрес места нахождения: 117420, г. Москва, ул. Наметкина, д. 16, корп. 1) по фактам распространения на абонентский номер <...> с абонентского номера с буквенным обозначением «Gazprombank» СМС-сообщений с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя «Газпромбанк» (Акционерное общество) <...>, действующего на основании доверенности № <...> от <...>;

в отсутствие:

- заявителя – <...>, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела, направившего ходатайство о рассмотрении дела в свое отсутствие;

- ООО «СМС Трафик», надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела, просившего рассмотреть дело в отсутствие представителей Общества;

### **УСТАНОВИЛА:**

В Коми УФАС России поступило заявление <...> (далее – <...>, заявитель), направленное письмом ФАС России № 08/111437/22 от 09.12.2022 (вх. № 6643-э от 09.12.2022), о распространении на абонентский номер заявителя СМС-сообщений с нарушением требований рекламного законодательства.

По результатам рассмотрения указанного заявления было принято решение о возбуждении дела № 011/05/18-112/2023 в отношении ООО «СМС Трафик» и «Газпромбанк» (Акционерное общество) (далее также Банк) по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 02-16/892 от 09.02.2023.

Определением от 09.03.2023 № 02-16/1592 срок рассмотрения дела № 011/05/18-112/2023 продлен, рассмотрение дела отложено на 04.04.2023.

«Газпромбанк» (Акционерное общество) письмом от 27.02.2023 б/н (вх. № 711 от 02.03.2023) заявлено ходатайство о прекращении производства по делу № 011/05/18-112/2023 в отношении «Газпромбанк» (Акционерное общество) в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства о рекламе.

Комиссией принято решение о рассмотрении указанного ходатайства по результатам рассмотрения рекламного дела.

Из материалов дела № 011/05/18-112/2023 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

На абонентский номер заявителя <...> с абонентского номера с буквенным обозначением «Gazprombank» поступили следующие СМС-сообщения:

1) 27.05.2022 в 08 часов 03 минуты поступило СМС-сообщение следующего содержания: «Оформите дебетовую Умную карту и получайте кешбэк до 35% у партнеров, до 10% на категорию, в которой потратили больше в этом месяце, и до 1% - на все остальное. Обслуживание – 0 р. в месяц [grb.ru/grbdcs](http://grb.ru/grbdcs) Банк ГПБ (АО). Не оферта» (далее – реклама-1);

2) 20.07.2022 в 16 часов 42 минуты поступило СМС-сообщение следующего содержания: «<...>, оформите Умную карту и зарабатывайте до 50% кешбэк за покупки у партнеров. Также получайте вознаграждение по одной из программ лояльности банка на выбор и извлекайте максимум выгоды от использования карты [grb.ru/grbdcs](http://grb.ru/grbdcs) Банк ГПБ (АО). Не оферта» (далее – реклама-2);

3) 03.09.2022 в 09 часов 19 минут поступило СМС-сообщение следующего содержания: «<...>, время действовать – откройте вклад «Копить» со ставкой до 8% в рублях при транзакциях с подключением опции «Процент +». Вклад можно открыть в мобильном приложении без визита в офис. Подробнее: [s.grb.ru/m/nel5G](http://s.grb.ru/m/nel5G) Банк ГПБ (АО). Не оферта» (далее – реклама-3);

4) 16.10.2022 в 12 часов 35 минут поступило СМС-сообщение следующего содержания: «<...>, откройте вклад «Копить» со ставкой 8,0% в приложении с надбавкой 0,3%. Подробнее: [s.grb.ru/m/nel5G](http://s.grb.ru/m/nel5G) Банк ГПБ (АО). Не оферта» (далее – реклама-4);

5) 19.11.2022 в 09 часов 15 минут поступило СМС-сообщение следующего

содержания: «<...>, накопления сейчас особенно важны. Откройте вклад «Почетный» в Газпромбанке с повышенной ставкой до 8,1% годовых и приумножьте свой доход. Подробнее: [s.gpb.ru/m/SrkEkZbVm](https://s.gpb.ru/m/SrkEkZbVm) Банк ГПБ (АО). Не оферта» (далее – реклама-5).

Заявителем приложены скриншоты указанных сообщений, а также детализация услуг связи, подтверждающая поступление указанных СМС-сообщений на абонентский номер заявителя.

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена в форме СМС-сообщений;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – услугам Газпромбанка, формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная в форме СМС-сообщений на абонентский номер заявителя, является рекламой (далее – рассматриваемые рекламы).

ООО «СМС Трафик» в письменных пояснениях указало, что в соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе под рекламой понимается информация, адресованная неопределенному кругу лиц, а в материалах рекламного дела отсутствует информация о получении рекламы неопределенным кругом лиц, в рассматриваемых СМС-сообщениях указаны имя и отчество, что, по мнению ООО «СМС Трафик», свидетельствует о направлении их в адрес одного конкретного абонента.

Комиссия сочла указанный довод ООО «СМС Трафик» несостоятельным, поскольку в приведенной норме 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. Под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

В силу положений, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством

использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. 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.

Согласно п. 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

Заявитель указывает, что своего согласия на получение рассматриваемых реклам он не давал.

Рассматриваемые рекламы содержат информацию об услугах Газпромбанка (оформление дебетовой карты, вклада), ссылки на сайт Газпромбанка, а также указание наименования банка – «Банк ГПБ (АО)».

Согласно п. 1.5 Положения Банка России от 24.12.2004 № 266-П «Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием» расчетная (дебетовая) карта как электронное средство платежа используется для совершения операций ее держателем в пределах расходного лимита – суммы денежных средств клиента, находящихся на его банковском счете, и (или) кредита, предоставляемого кредитной организацией - эмитентом клиенту при недостаточности или отсутствии на банковском счете денежных средств (овердрафт).

Согласно п. 1 ст. 834 ГК РФ по договору банковского вклада (депозита) одна сторона (банк), принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму (вклад), обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты на нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором. Если иное не предусмотрено законом, по просьбе вкладчика-гражданина банк вместо выдачи вклада и процентов на него должен произвести перечисление денежных средств на указанный вкладчиком счет.

Учитывая изложенное, рассматриваемые рекламы являются рекламами финансовых услуг.

Согласно п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Реклама-1 содержит указание на получение по дебетовой карте возврата части расходов (кешбэк) до 35% у партнеров, до 10% на категорию, в которой потратили больше в этом месяце, и до 1% - на все остальное. Также в рекламе указано на бесплатное обслуживание.

Реклама-2 содержит указание на получение по дебетовой карте возврата части расходов (кешбэк) до 50% за покупки у партнеров, а также вознаграждения по одной из программ лояльности банка на выбор.

Из информации, размещенной на сайте [grb.ru/grbdcs](http://grb.ru/grbdcs), ссылка на который содержится в рекламах, следует, что размер возврата части расходов (кешбэк) зависит, в том числе от суммы покупки по карте, а также от наличия на карте, счетах и вкладах клиента среднемесячного остатка установленного размера.

Реклама-1 и реклама-2 указанные условия не содержат.

Реклама-3 содержит сведения о процентной ставке по вкладу «Копить» и о валюте вклада.

Реклама-4 содержит указание на процентную ставку по вкладу «Копить».

Реклама-5 содержит указание на процентную ставку по вкладу «Почетный».

Однако реклама-3, реклама-4 и реклама-5 не содержат информацию о сумме вклада, о сроке вклада, о возможности и порядке его пополнения, о порядке снятия денежных средств со счета по вкладу и иные условия, влияющие на сумму доходов и расходов по вкладу.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Указание всех остальных условий, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся финансовыми услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся указанными услугами лица, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей и является существенной для потребителя информацией.

Реклама банковских услуг направлена на формирование у потребителей

желания воспользоваться ими, поэтому существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие каких-либо сведений об условиях дебетовой карты и вклада может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой.

Учитывая изложенное, рассматриваемые рекламы распространены с нарушением требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, ответственность несет рекламодатель.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

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

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

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

Согласно письменным пояснениям, представленным «Газпромбанк» (Акционерное общество) в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным представителем Банка в ходе рассмотрения дела, рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемых реклам является «Газпромбанк» (Акционерное общество), рекламодателем – ООО «СМС Трафик».

Как пояснил «Газпромбанк» (Акционерное общество), с целью информирования клиентов о новых возможностях банковского обслуживания и предлагаемых услугах в рабочем порядке Банком самостоятельно были сформированы индивидуальные рекомендации клиенту в форме рассматриваемых СМС-сообщений. После формирования тексты данных

СМС-сообщений были переданы через выделенный Банку доступ (шлюз) ООО «СМС Трафик» для доставки клиенту Банка по зафиксированному в автоматизированной банковской учетной системе контактному номеру клиента <...>.

Направление сообщений заявителю осуществлено посредством комплекса услуг, оказываемых Банку ООО «СМС Трафик» на основании договора о предоставлении услуг телематической связи от 15.09.2011.

ООО «СМС Трафик» представило в материалы рекламного дела письменные пояснения, в которых указало, что инициатором рассылки данных СМС-сообщений является «Газпромбанк» (Акционерное общество); ООО «СМС Трафик» не является ни рекламопроизводителем, ни рекламодателем.

В материалы рекламного дела представлена копия договора о предоставлении услуг телематической связи № 248/10 от 15.09.2011 (далее – договор), на основании которого ООО «СМС Трафик» (Оператор) оказывает Банку (Пользователю) услугу по отсылке СМС-сообщений посредством Шлюза – совокупности технических средств Оператора, отвечающей определенным параметрам и спецификациям, и обеспечивающей передачу СМС-сообщений непосредственно абонентам.

Пунктом 2.2 договора предусмотрено, что фактом оказания услуги по договору является отправка сообщения, сформированного и отправленного Пользователем от оборудования (шлюза для передачи коротких сообщений) Пользователя абоненту через Шлюз Оператора.

Из пунктов 1.6, 2.4 договора следует, что в рамках оказания услуг по указанному договору Пользователь направляет Оператору короткие сообщения для их доставки на мобильный терминал абонента, а Оператор направляет абоненту указанные сообщения в случае, если клиент Пользователя (кредитная организация) имеет от абонента согласие на получение СМС-сообщений.

В соответствии с пунктом 3.1.1 договора Оператор обязуется предоставить Пользователю доступ к Шлюзу, осуществить настройку параметров подключения к нему оборудования Пользователя, провести тестирование приема, обработки и отправки СМС-сообщений между клиентами Пользователя и абонентами, а также оказывать техническую поддержку в процессе эксплуатации.

При этом пунктом 3.3.2 договора предусмотрено, что Пользователь обязуется использовать Шлюз для передачи информации абоненту только в случае если клиент Пользователя имеет от абонента предварительное согласие на ее получение.

Банк в письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного

дела, подтвердил, что контроль за содержанием рассылаемых ООО «СМС Трафик» рекламных сообщений, определение номера абонента, проверка наличия его согласия на получение рекламы являются обязанностями Банка (пункты 2.1, 2.4, 3.3.2 договора).

Как пояснило ООО «СМС Трафик», основная особенность и цель оборудования Оператора – упрощение работы с услугой по отправке сообщений абонентам операторов подвижной связи и обеспечение безопасного шифрованного соединения; оборудование позволяет Пользователю самостоятельно формировать текст сообщения, следить за доставкой сообщения и работать с базой для отправки.

ООО «СМС Трафик» пояснило, что текст, определяемый Пользователем, доводится до операторов в автоматическом порядке без изменений и просмотра со стороны ООО «СМС Трафик»; ООО «СМС Трафик» не формировало тексты сообщений, не определяло абонентский номер для отправки сообщений и не осуществляло отправку СМС-сообщений заявителю.

В силу ст. 18 Закона о рекламе обязанность по получению согласия и подтверждению наличия соответствующего согласия лежит на рекламодателем. При этом рекламодателем выступает лицо, которое совершило определенные действия по доведению рекламы до потребителя. Поставщик услуг связи, обеспечивающий только подключение к сети электросвязи и не осуществляющий непосредственно распространение рекламы, не может быть признан рекламодателем.

В рассматриваемом случае лицом, имеющим возможность отправлять рекламные сообщения, в том числе определять их адресатов, является «Газпромбанк» (Акционерное общество). При этом договором именно на Банк возложена обязанность по получению предварительного согласия абонента, на чей номер планируется отправка СМС-сообщения.

Из материалов рекламного дела усматривается, что суть услуг, оказанных Банку ООО «СМС Трафик», заключалась в обеспечении технической возможности, то есть в создании необходимых условий для формирования и отправки рассматриваемых реклам в форме СМС-сообщений в сети сотовой связи.

В связи с чем, из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламодателем рассматриваемых реклам является «Газпромбанк» (Акционерное общество).

Как пояснил Банк, рассматриваемые СМС-сообщения были адресованы не заявителю, а действующему клиенту Банка, что подтверждается, в том числе адресным обращением в СМС-сообщениях к клиенту («<...>», «<...>»); номер телефона, на который были направлены рассматриваемые СМС-сообщения,

был предоставлен действующим клиентом Банка в качестве контактного телефона 01.05.2014; у Банка отсутствуют полномочия и возможности установить действительную принадлежность предоставленного клиентом телефонного номера тому или иному лицу, Банк исходил из добросовестности действий клиентов и соответствия предоставляемых ими сведений действительности.

Комиссией указанные доводы Банка отклонены в связи с нижеследующим.

Согласно п. 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Оператор связи (ПАО «МТС») подтвердил принадлежность абонентского номера, на который поступили рассматриваемые СМС-сообщения, абоненту <...>.

Материалы рекламного дела не содержат доказательств наличия согласия абонента <...> на получение рекламы от Банка.

Ссылка «Газпромбанк» (Акционерное общество) на предоставление указанного абонентского номера клиентом Банка в рассматриваемом случае не является подтверждением наличия согласия заявителя на получение рекламных СМС-сообщений от Банка. Как указал «Газпромбанк» (Акционерное общество), <...> клиентом Банка не являлся и не является.

Кроме того, как следует из пояснений Банка, указанный номер был предоставлен клиентом Банка в качестве контактного телефона в 2014 году, при этом из материалов рекламного дела следует, что <...> использует указанный телефонный номер с 2017 года. Таким образом, Банк имел возможность перед отправкой рассматриваемых СМС-сообщений проверить достоверность сведений о принадлежности абонентского номера клиенту Банка.

Рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи 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. При этом бремя доказывания наличия согласия абонента на получение рекламы лежит на лице, ее распространившем.

Исходя из того, что часть 1 статьи 18 Закона о рекламе содержит императивное указание на обязанность рекламодателя доказывать наличие согласия абонента на получение рекламы, распространенной по сетям электросвязи, а пункт 15 Постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» называет в качестве адресата исключительно лицо, на чей телефон непосредственно поступила соответствующая реклама, – рекламодатель обязан доказать наличие согласия на получение рекламы, полученного непосредственно от лица, на чей телефон она поступила.

Таким образом, по смыслу приведенного положения, в целях соблюдения требований действующего законодательства на рекламодателя возложена безусловная ответственность за объективность данных о согласии на получение рекламы, данным непосредственно тем лицом, на чей номер телефона направляется реклама посредством электронной связи.

При этом обязанность по проверке соответствующих сведений прямо следует из толкования части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не может быть проигнорирована рекламодателем в связи с возникающими сложностями в ее подтверждении.

Относительно соблюдения требований п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе Банк пояснил, что в каждом СМС-сообщении содержалась активная гиперссылка с переходом на страницу Интернет-сайта, где подробно указаны все условия оказываемых Банком услуг, действовавших на дату рассылки. Также Банк указывает на допустимость предоставления потребителю необходимой информации в контекстной рекламе, распространяемой путем размещения гиперссылок.

Комиссия сочла указанные доводы Банка несостоятельными на основании нижеизложенного.

Рассматриваемые СМС-сообщения распространены не в информационной сети Интернет, а посредством передачи по сетям электросвязи, в связи с чем не являются контекстной рекламой. Для передачи (получения) СМС-сообщений не требуется подключение к сети Интернет, тогда как для того, чтобы пользователь мог ознакомиться с отсутствующими существенными условиями финансовых услуг, ему необходимо перейти по предлагаемой в тексте СМС-сообщения ссылке, осуществив подключение к сети Интернет.

Ссылка на источник сведений, где можно получить подробную информацию, не может рассматриваться как приведение в рекламе обязательной для размещения информации и не свидетельствует о доведении до потребителя всех условий рекламируемой финансовой услуги. В связи с чем, информация о возможности уточнения подробностей о рекламируемых финансовых услугах на сайте Банка не заменяет опубликования в тексте рекламы

существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого продукта, условий его получения.

Согласно письменным пояснениям, представленным «Газпромбанк» (Акционерное общество) в материалы рекламного дела, ответственным за размещение рассматриваемых реклам является <...> «Газпромбанк» (Акционерное общество) <...>.

Согласно должностной инструкции от 14.02.2020 <...> осуществляет организацию, планирование и координацию рекламной деятельности Банка, включая проводимые рекламные кампании Банка, разработку планов размещения и распространения рекламы, совершение сделок на размещение рекламы, создание рекламных материалов, используемых в рекламных кампаниях (п. 2.3); дает обязательные для исполнения указания о содержании, форматах и способах размещения и распространения рекламы Банка, в том числе рекламы, распространяемой по сетям электросвязи (п. 2.6); несет ответственность, в том числе за соблюдение законодательства в сфере рекламы при осуществлении Банком рекламной деятельности, направленной на продвижение его финансовых услуг (п. 2.4).

В материалы рекламного дела Банком представлены копии трудового договора, заключенного с <...>, дополнительного соглашения от <...> к трудовому договору, а также выписка из распоряжения о переводе работника на другую работу от <...> № <...> и письменные объяснения <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе произошло по вине «Газпромбанк» (Акционерное общество) и должностного лица Банка – <...>.

Обстоятельств, как исключających возможность соблюдения Банком и должностным лицом Банка – <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии ими всех зависящих от них мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Таким образом, «Газпромбанк» (Акционерное общество) и <...> нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

В связи с чем, Комиссией отказано в удовлетворении заявленного Банком ходатайства (вх. № 711 от 02.03.2023) о прекращении производства по делу № 011/05/18-112/2023 в отношении «Газпромбанк» (Акционерное общество).

Поскольку в действиях ООО «СМС Трафик» вины в нарушении законодательства о рекламе Комиссией не установлено, производство по делу № 011/05/18-112/2023 в отношении ООО «СМС Трафик» подлежит прекращению.

В контексте Закона о рекламе «распространение» не означает направление электросигнала, транслирующего рекламу, к приемному устройству, а означает момент, когда реклама становится доступной для восприятия потребителя; местом совершения правонарушения будет являться территория субъекта Российской Федерации, на которой была распространена (доведена до потребителя) реклама.

Из материалов рекламного дела усматривается, что абонентский номер заявителя входит в диапазон номеров, выделенный оператору сотовой связи на территории Республики Коми. Заявитель проживает в Республике Коми.

Следовательно, субъектом Российской Федерации, на территории которого была распространена (доведена до потребителя) реклама, является Республика Коми.

В письменных пояснениях Банк указал, что в настоящее время рассматриваемые рекламы не распространяются. Однако документы, подтверждающие прекращение распространения рассматриваемых реклам в материалы дела не представлены. На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе.

В связи с чем, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи Банку предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42 – 47, 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

## **Р Е Ш И Л А:**

1. Признать рекламы, распространенные на абонентский номер <...> с абонентского номера с буквенным обозначением «Gazprombank» в форме СМС-сообщений следующего содержания:

- «Оформите дебетовую Умную карту и получайте кешбэк до 35% у партнеров, до 10% на категорию, в которой потратили больше в этом месяце, и до 1% - на все остальное. Обслуживание – 0 р. в месяц [gpb.ru/gpbdcs](http://gpb.ru/gpbdcs) Банк ГПБ (АО). Не оферта» – 27.05.2022 в 08 часов 03 минуты,

- «<...>, оформите Умную карту и зарабатывайте до 50% кешбэк за покупки у партнеров. Также получайте вознаграждение по одной из программ

лояльности банка на выбор и извлекайте максимум выгоды от использования карты [grb.ru/grbdcs](http://grb.ru/grbdcs) Банк ГПБ (АО). Не оферта» – 20.07.2022 в 16 часов 42 минуты,

- «<...>, время действовать – откройте вклад «Копить» со ставкой до 8% в рублях при транзакциях с подключением опции «Процент +». Вклад можно открыть в мобильном приложении без визита в офис. Подробнее: [s.grb.ru/m/ne15G](http://s.grb.ru/m/ne15G) Банк ГПБ (АО). Не оферта» – 03.09.2022 в 09 часов 19 минут,

- «<...>, откройте вклад «Копить» со ставкой 8,0% в приложении с надбавкой 0,3%. Подробнее: [s.grb.ru/m/ne15G](http://s.grb.ru/m/ne15G) Банк ГПБ (АО). Не оферта» – 16.10.2022 в 12 часов 35 минут,

- «<...>, накопления сейчас особенно важны. Откройте вклад «Почетный» в Газпромбанке с повышенной ставкой до 8,1% годовых и приумножьте свой доход. Подробнее: [s.grb.ru/m/SrkEkZbVm](http://s.grb.ru/m/SrkEkZbVm) Банк ГПБ (АО). Не оферта» – 19.11.2022 в 09 часов 15 минут,

ненадлежащими, поскольку они распространены с нарушением требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 18, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Выдать «Газпромбанк» (Акционерное общество) (ОГРН 1027700167110, ИНН 7744001497, КПП 772801001) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Производство по делу № 011/05/18-112/2023 в отношении ООО «СМС Трафик» прекратить.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении «Газпромбанк» (Акционерное общество) (ОГРН 1027700167110, ИНН 7744001497, КПП 772801001) и <...> «Газпромбанк» (Акционерное общество) <...> дел об административных правонарушениях, предусмотренных ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 06 апреля 2023 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель  
Комиссии > \_\_\_\_\_ <...>

Члены Комиссии <...>

.....

>

.....

..... <...>