

Управление Федеральной антимонопольной службы  
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

23 августа 2021 года

(изготовление решения в полном  
объеме)

17 августа 2021 года

№ 03-01/6178

(оглашение резолютивной части)

г. Сыктывкар

**АО «Почта Банк»**

Преображенская пл., д. 8,

г. Москва, 107061

welcome@pochtabank.ru

pr@pochtabank.ru

<...>

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

председатель Комиссии: <...>;

члены Комиссии: <...>;

рассмотрев дело № 011/05/18-325/2021, возбужденное в отношении акционерного общества «Почта Банк» (далее - АО «Почта Банк»), ОГРН 1023200000010, ИНН 3232005484, КПП 997950001, адрес места нахождения: 107061, г. Москва, площадь Преображенская, д. 8, по факту распространения рекламы следующего содержания: «Серафима Ивановна, оформите кредитную карту с лимитом 50 000р. в Почта Банк Онлайн» с признаками нарушения требований ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее –

Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела, направившего ходатайство о рассмотрении дела в своё отсутствие,
- АО «Почта Банк», надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела;

#### **УСТАНОВИЛА:**

В Коми УФАС России поступило заявление <...> № 1114030440 от 19.03.2021 (вх. № 1351-э от 19.03.2021) о распространении на абонентский номер заявителя <...> с абонентского номера отправителя с буквенным обозначением «РОСНТАВАНК» 16.02.2021 в 14 часов 05 минут рекламного СМС-сообщения следующего содержания: «Серафима Ивановна, оформите кредитную карту с лимитом 50 000р. в Почта Банк Онлайн» (далее – рассматриваемая реклама).

По результатам рассмотрения обращения было принято решение о возбуждении дела № 011/05/18-325/2021 в отношении АО «Почта Банк» по признакам нарушения ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 03-05/3413 от 17.05.2021.

Из материалов дела № 011/05/18-325/2021 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с 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 посредством СМС-сообщения;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: кредитной карте с лимитом 50 000р. в Почта Банк Онлайн, формирование или поддержание интереса к ней, и её продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная в сети сотового оператора «Мобильные ТелеСистемы» посредством СМС-сообщения на абонентский номер <...>, является рекламой.

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.

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.

В соответствии с Разъяснениями ФАС России от 14.06.2012 «О порядке применения статьи 18 Федерального закона «О рекламе» реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено.

<...> указывает, что согласия на получение рассматриваемой рекламы ею не давалось. При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена с нарушением ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Кроме того, в тексте СМС-сообщения имеется ссылка на возможность оформления кредитной карты с лимитом 50000 рублей.

В соответствии с пунктами 2, 6 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»:

- финансовая услуга - 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;

- финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Согласно пунктам 1, 5 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)»:

- потребительский кредит (заем) - денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (далее - договор потребительского кредита (займа), в том числе с лимитом кредитования);

- профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов - деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, займов, предоставляемых физическим лицам, являющимся учредителями (участниками) или аффилированными лицами коммерческой организации, предоставляющей заем, займов, предоставляемых брокером клиенту для совершения сделок купли-продажи ценных бумаг, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

Статьей 4 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» установлено, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой финансовых услуг.

В соответствии с ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с

предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)».

При этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)».

Из письма ФАС России от 31.07.2014 N АД/30890/14 «О рекламе финансовых услуг» следует, что, по мнению специалистов ФАС России, к условиям, определяющим полную стоимость кредита, могут быть отнесены: сумма потребительского кредита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки - порядок ее определения.

Антимонопольным органом установлено, что рассматриваемая реклама содержит только информацию о сумме кредита - 50000 рублей. Вместе с тем, рассматриваемая рекламная информация не доводит до сведения потребителя информацию о том, при каких условиях, а именно: на какой срок предоставляется сумма кредита в размере 50000 рублей, каков процент ставки по кредиту в процентах годовых, что указывает на нарушение ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

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 остальных условий, определяющих полную стоимость займа, определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей и является существенной для потребителя информацией.

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

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, ответственность несет рекламодатель.

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

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

В письме ФАС России № АК/16266 от 28.04.2011 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» разъяснено, что обязанность по получению согласия и подтверждению наличия соответствующего согласия лежит на рекламодателе. При этом рекламодателем выступает лицо, которое совершило определенные действия по доведению рекламы до потребителя. В названном письме также обращено внимание на то, что поставщик услуг связи (телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи), который только обеспечил подключение к сети электросвязи и не осуществляет непосредственно распространение рекламы, рекламодателем не является.

Как следует из письменных пояснений АО «Почта Банк», представленных в материалы рекламного дела, заявитель <...> 25.05.2019 обращалась в Банк с заявлением о предоставлении потребительского кредита. По итогам рассмотрения заявки Банком заявителю было отказано в предоставлении кредита, кредитный договор не заключался. При оформлении заявления заявителем было подписано заявление о заключении соглашения о простой электронной подписи, в котором отражено согласие заявителя на обработку персональных данных, а также согласие на направление Банком информации, в том числе, рекламного характера. При этом в контактных данных заявителя в программном обеспечении Банка зафиксирован другой номер телефона - <...>, отличный от номера телефона, на который поступило рассматриваемое рекламное СМС-сообщение. Номер телефона <...> был указан заявителем при оформлении заявки на предоставление кредита.

Как указывает АО «Почта Банк», номер телефона <...> принадлежит иному клиенту Банка – <...>. Между клиентом и Банком был заключён договор <...>. Данный номер телефона был указан клиентом в качестве дополнительного для связи в заявлении о предоставлении кредита. 23.12.2016 при обращении клиента в отделение Банка по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 31, произведена смена телефона, номер <...> с 23.12.2016 зафиксирован в качестве основного мобильного телефона в контактных данных клиента. 15.02.2021 осуществлена отправка СМС-сообщения (доставка осуществлена 16.02.2021) на номер телефона <...>, но номер телефона закреплён за клиентом Банка <...>. Рассылка АО «Почта Банк» является персонифицированной с указанием имени и отчества клиента и индивидуальным предложением, сформированным Банком на основе согласия клиента.

Кроме того, как указывает АО «Почта Банк», 06.09.2020 по телефону горячей линии в Банк обращалось третье лицо (обращавшийся не сообщил фамилию, имя, отчество) с требованием прекратить направление СМС-рассылок рекламного характера на номер телефона <...>. Обратившемуся оператор рекомендовал предоставить в Банк договор с оператором услуг сотовой связи, подтверждающий принадлежность ему номера телефона, для последующего удаления данного номера из информационных программ Банка.

Как пояснило АО «Почта Банк», должностным лицом АО «Почта Банк», ответственным за контроль соблюдения Обществом законодательства о рекламе, является <...>.

По мнению АО «Почта Банк», направление рассматриваемого СМС-сообщения осуществлено на основании согласия клиента <...> на рассылку информации рекламного характера, полученного при оформлении договора <...>. Рассматриваемое СМС-сообщение было направлено клиенту - <...>, зарегистрированной на территории Республики Коми.

Как указывает АО «Почта Банк», рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы в виде указанного СМС-сообщения является АО «Почта Банк». Распространение рекламы осуществлялось Банком с использованием абонентского номера, предоставленного в пользование Банку оператором связи ПАО «Мобильные ТелеСистемы».

АО «Почта Банк» в материалы рекламного дела представлены, в том числе: <...>.

АО «Почта Банк» заявлен довод о том, что рассылка АО «Почта Банк» является персонифицированной с указанием имени и отчества клиента и индивидуальным предложением, сформированным Банком на основе согласия клиента - <...>.

Вместе с тем, Комиссией не усматривается оснований для принятия указанного довода на основании нижеизложенного.

Письмом ФАС России от 25.06.2013 № АК/24455/13 «О рекламных SMS-сообщениях» даны разъяснения относительно нижеследующего.

Согласно пункту 1 статьи 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. В данной 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. Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку. В случае если сведения не носят персонализированного характера, несмотря на упоминание имени и отчества абонента, представляют интерес для неопределенного круга лиц, они являются рекламой.

Согласно разъяснениям ФАС России № АК/17836/16 от 22.03.2016 «Об отнесении информации к рекламе» под неопределённым 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. Распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением информации среди неопределённого круга лиц, в том числе в случаях распространения такой информации в определённой организации, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена. Также информация признаётся распространённой среди неопределённого круга лиц в случае рассылки такой информации по электронной почте или посредством СМС-сообщений, в том числе по определённым адресным спискам, если такая информация не содержит какого-либо персонализированного предложения, предназначенного исключительно для определённого клиента организации.

Согласно п. 15 Постановления Пленума ВАС от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах применения практики арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

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

В соответствии с п. 1 ст. 2 Федерального закона № 126-ФЗ от 07.07.2003 «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.

Согласно ч. 1 ст. 44.1 Федерального закона № 126-ФЗ от 07.07.2003 «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.

Вместе с тем, из содержания представленных в материалы рекламного дела копии <...>, не следует, что <...> было выражено согласие на получение рекламы на её абонентский номер <...>, поскольку представленные документы не содержат её волеизъявления на получение рекламы на указанный абонентский номер.

Из анализа норм Федерального закона «О связи», Федерального закона «О рекламе» следует, что заказчик рассылки СМС-сообщений должен принять меры по однозначной идентификации именно абонента (а не лица, указавшего телефонный номер при заполнении документов, дающих согласие на направление рекламных и информационных материалов), а также получить предварительное согласие абонента на направление ему рекламной информации посредством использования сетей электросвязи, то есть получить согласие непосредственно перед направлением конкретного сообщения рекламного характера определенному

абоненту.

Вместе с тем, АО «Почта Банк» не представило в материалы рекламного дела доказательств дачи заявителем согласия на получение рассматриваемой рекламы.

Документов, материалов, указывающих, что АО «Почта Банк» приняты все достаточные меры по соблюдению требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе при распространении 16.02.2021 в 14 часов 05 минут на абонентский номер <...> рассматриваемой рекламы, Коми УФАС России при рассмотрении дела не получено, АО «Почта Банк» не представлено.

Таким образом, доказательств того, что АО «Почта Банк» было получено предварительное согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, материалы рекламного дела не содержат.

Из содержания рассматриваемой рекламы следует, что РОСНТАВАНК (АО «Почта Банк») предлагает услуги по оформлению кредитной карты с лимитом 50000 рублей.

Согласно ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

В п. 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что 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. 1 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.

В рассматриваемой рекламе указано одно из условий оформления кредитной карты – 50000 рублей, однако не указано, на какой срок предоставляется сумма кредита в размере 50000 рублей, каков процент ставки по кредиту в процентах годовых. Таким образом, реклама не содержит все остальные условия, определяющие полную стоимость займа.

Таким образом, в тексте рассматриваемой рекламы не содержатся все условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

В связи с чем, рассматриваемая реклама распространена с нарушением требований ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

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 остальных условий, определяющих полную стоимость займа, определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей и является существенной для потребителя информацией.

В связи с чем, рассматриваемая реклама распространена с нарушением требований ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является АО «Почта Банк».

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодатель и рекламораспространитель - АО «Почта Банк», на которого в силу ч.ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе возложена ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, не предпринял достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути уклонился от обязанности по контролю за соответствием распространяемой посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде СМС-сообщения рекламы Закону о рекламе, что является исключительной зоной ответственности рекламодателя и рекламораспространителя.

В соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ, размещённой на официальном сайте ФНС России, предметом деятельности АО «Почта Банк» является денежное посредничество прочее.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена и распространена АО «Почта Банк» с целью получения Обществом прибыли от экономической деятельности, что отвечает предмету предпринимательской деятельности.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, произошло по вине рекламораспространителя рассматриваемой рекламы - АО «Почта Банк».

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, произошло по вине рекламодателя рассматриваемой рекламы АО «Почта Банк».

Таким образом, из материалов рекламного дела усматривается, что АО «Почта Банк» не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении и размещении рассматриваемой рекламы, что и привело к нарушению.

Согласно письменным пояснениям АО «Почта Банк», представленным в материалы рекламного дела, должностным лицом, ответственным за контроль соблюдения Обществом законодательства о рекламе, является <...>.

В соответствии с приказом (распоряжением) о переводе работника на другую работу <...> с 13.10.2015 вступила в должность <...>.

Согласно п.п. 3.1, 3.2, 3.3 приложения № 1 к должностной инструкции <...> организует приём и анализ предложений от подразделений Банка по проведению новых и модернизации существующих CRM-кампаний; организует разработку шаблонов текстов коммуникаций (пуш, смс, экраны в Почта Банк Онлайн, скрипты ТМ) и контактной политики по коммуникациям с клиентами внутри Банка; контролирует наличие, корректность и полноту отчётов по коммуникациям, направляемым клиентам в рамках CRM-кампаний.

Таким образом, из материалов рекламного дела следует, что должностным лицом, ответственным за соблюдение АО «Почта Банк» законодательства о рекламе в рассматриваемый период, являлась <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло как по вине АО «Почта Банк», так и должностного лица АО «Почта Банк» - <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны АО «Почта Банк», <...> должных мер по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, АО «Почта Банк» и должностным лицом АО «Почта Банк» <...> нарушены требования ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно разъяснениям ФАС России по применению ст. 18 Закона о рекламе «распространение» в контексте Закона о рекламе 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. При этом определение субъекта Российской Федерации, на территории которого совершено правонарушение, должно осуществляться путем установления принадлежности абонентского номера к диапазону номеров, выделенному оператору сотовой связи на территории конкретного субъекта Российской Федерации.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи ([http://www.rossvyaz.ru/activity/num\\_resurs/registerNum/](http://www.rossvyaz.ru/activity/num_resurs/registerNum/)), 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.

Согласно письменным пояснениям АО «Почта Банк», абонентский номер заявителя внесён Обществом в стоп-лист с целью исключения направления сообщений рекламного характера.

<...> в материалы рекламного дела представлены письменные пояснения, согласно которым звонков и СМС-сообщений на номер <...> от отправителя «РОСНТАВАНК» не поступало.

В связи с чем, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу АО «Почта Банк» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-48 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 рекламу следующего содержания: «Серафима Ивановна, оформите кредитную карту с лимитом 50 000р. в Почта Банк Онлайн», распространенную 16.02.2021 в 14 часов 05 минут посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде СМС-сообщения на абонентский номер заявителя <...> с абонентского номера отправителя с буквенным обозначением «РОСНТАВАНК», ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы АО «Почта Банк» не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении акционерного общества «Почта Банк» (ОГРН: 1023200000010, ИНН: 3232005484) дел об административных правонарушениях, предусмотренных ч. 1 ст. 14.3, ч. 6 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении должностного лица акционерного общества «Почта Банк» <...> дел об административных правонарушениях, предусмотренных ч. 1 ст. 14.3, ч. 6 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 23 августа 2021 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 \_\_\_\_\_ <...>

\_\_\_\_\_ <...>