

О признании рекламы ненадлежащей

АО «Альфа Банк»

Заявителю К.

РЕШЕНИЕ

по делу №052/05/18-2725/2020

Резолютивная часть решения объявлена 02 февраля 2021 года.

Решение изготовлено в полном объеме 10 февраля 2021 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия) в составе:

<...> - председатель Комиссии, ;

<...> - член Комиссии, ;

<...> - член Комиссии, ,

рассмотрев дело №052/05/18-2725/2020, возбужденное по обращению потребителя К. (вх.№272955/20 от 11.11.2020) (Нижегородское УФАС России не располагает согласием физического лица на использование его персональных данных) в отношении Акционерного общества «Альфа-Банк» по признакам нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее — ФЗ «О рекламе») в

отсутствие сторон, уведомленных о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области 11.11.2020 поступило обращение потребителя рекламы К. (вх.№272955/20) по поводу распространения на его электронную почту рекламы без предварительного согласия.

В связи с указанными обстоятельствами, Нижегородское УФАС России 11.12.2020 возбудило дело №052/05/18-2725/2020 в отношении рекламораспространителя - АО «Альфа-Банк».

Определением от 28.12.2020 рассмотрение дела назначено на 14 января 2021 года.

Определением от 18 января 2021 года рассмотрение дела назначено на 02 февраля 2021 года.

Рассмотрение дела по существу состоялось 02 февраля 2021 года.

О времени и месте рассмотрения дела стороны уведомлены надлежащим образом.

02.02.2021 в адрес Нижегородского УФАС России поступило письмо АО «Альфа-Банк» о рассмотрении дела без участия законного представителя Банка.

Изучив материалы дела, представленные документы, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

29.10.2020 в 09 часов 12 минут на электронную почту <...> с электронной почты <...> поступила реклама следующего содержания: *«Внимание! Альфа Банк подготовил для вас несколько вариантов премиального обслуживания Предложение действует, при обращении через персонального менеджера (Ирина 8 996 008 2338) Торговый эквайринг 1+1 Ставка по торговому эквайрингу 1% Ежемесячное обслуживание - 0 р./ месяц Платежное поручение: сколько угодно - все бесплатные Перевод на карту физического лица для ООО и ИП: от 0 до 6 000 000 - 0% от 6 000 001 р. - 10% Снятие наличных для ООО и ИП : До 1 500 000 р. - 0% От 1 500 001 р. - 10% Зачисление на счет (любым способом - поступление от Юр. лиц, внесения и т.д)...».*

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования — товар, средство индивидуализации, 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, пункт 3 этой же статьи определил, что товар — продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Сообщение направлено на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования — АО «Альфа Банк», товарами в данном случае являются «варианты премиального обслуживания».

Таким образом, рассматриваемое сообщение отвечает определению, указанному в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а, следовательно, является рекламой.

Согласно части 1 статьи 18 ФЗ «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.

По утверждению заявителя, своего согласия на получение рекламы он не давал.

Таким образом, реклама распространена в отсутствие согласия заявителя, следовательно, противоречит требованиям части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

Согласно пункту 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель — это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Электронная почта <...> является корпоративной почтой Акционерного общества «Альфа Банк». В ходе рассмотрения дела представителем Банка данный факт не оспаривался.

Следовательно, рекламодателем является Акционерное общество «Альфа-Банк» (<...>).

По утверждению АО «Альфа-Банк» (вх.№41/21 от 11.01.2021), работником Банка в целях установления деловых отношений был нанесен визит в салон по продаже штор («Шторофф» - салон уникальных штор», <...>, далее — Салон) по адресу:<...>. На вопрос о контактном лице (руководителя на месте не оказалось) работником Салона был дан ответ о необходимости направления предложений о сотрудничестве для рассмотрения только на адрес электронной почты.

29.01.2021 АО «Альфа-Банк» сообщило, что спорное сообщение (предложение о сотрудничестве) носило исключительно информационный характер и не являлось рекламой, поскольку адресовано заранее определенному кругу лиц, а согласие на получение предложения о сотрудничестве на адрес электронной почты <...> получено в устной форме.

Рассмотрев заявленные доводы ответчика по делу, Комиссия считает их несостоятельными в силу следующего.

Федеральным законом «О рекламе» установлен однозначный запрет на распространение рекламы по сетям электросвязи при отсутствии согласия абонента. Федеральный закон «О рекламе» возлагает обязанность доказывания факта наличия согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи на рекламодателя.

При этом, согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было не только однозначно идентифицировать такого абонента, но и подтвердить волеизъявление данного абонента на получение рекламы от конкретного рекламодателя (пункт 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58).

Следовательно, устное согласие на получение рекламы не является надлежащим и не позволяет однозначно идентифицировать лицо, выразившее данное согласие.

Поскольку рекламное сообщение направлено на электронную почту организации, осуществляющей пошив штор, то согласие на получение рекламы должно быть дано владельцем салона «Шторофф» (заявителем К.).

Вместе с тем, 20.01.2021 заявитель представил в Нижегородское УФАС России повторное письмо от 19.11.2020, поступившее на электронную почту <...> с электронной почты <...> Дополнительно заявитель сообщил, что встречи в салоне «Шторофф» с представителем АО «Альфа-Банк» не было. Исходя из содержания переписки заявителя и представителя АО «Альфа-Банк», компания «Шторофф» заявку на получение информации о продуктах или акциях от АО «Альфа-Банк» не оставляло.

Следовательно, согласие на получение рекламных сообщений у АО «Альфа-Банк» отсутствует.

Довод АО «Альфа-Банк» о том, что направленное сообщение не является рекламным, в виду направления информации заранее определенному кругу лиц, также является несостоятельным, поскольку согласно Письму ФАС России «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе» (исх. №АД/45557/18 от 20.06.2018) под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку. При этом, реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие лица, для которых в первую очередь предназначена такая информация.

Однако, направленность рекламы на неопределенный круг оценивается лиц исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

В соответствии с порядком предоставления обслуживания, представленным АО «Альфа-Банк», информация, адресованная на электронную почту <...>, содержит в себе общие условия премиального обслуживания и не является персонифицированной.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям

законодательства Российской Федерации.

Таким образом, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу о том, что реклама АО «Альфа-Банк», распространенная 29.10.2020 на электронную почту <...> без предварительного согласия, является ненадлежащей, противоречащей требованиям части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

В связи с отсутствием сведений о прекращении распространения ненадлежащей рекламы, Комиссии Нижегородского УФАС России считает необходимым выдать АО «Альфа-Банк» предписание об устранении выявленного нарушения Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37 – 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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу АО «Альфа-Банк», распространенную 29.10.2020 на электронную почту <...> без предварительного согласия, поскольку она противоречит требованиям части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать АО «Альфа-Банк» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

<...>

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>