ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 042/05/18-555/2020

«27» мая 2020г. г.Кемерово

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

Заместителя председателя Комиссии:	<…>	заместителя руководителя управления; начальника отдела рекламы,
Членов Комиссии:	<…>	недобросовестной конкуренции и финансовых рынков; главного специалиста-эксперта отдела рекламы,
	<…>	недобросовестной конкуренции и финансовых рынков,

рассмотрев дело № 042/05/18-555/2020, возбужденное в отношении «Газпромбанк» (Акционерное общество) (далее по тексту – Банк ГПБ (АО); ИНН 7744001497, КПП 772801001, ОГРН 1027700167110, юридический адрес: 117420, г.Москва, ул. Намёткина, дом 16, корпус 1, дата регистрации 13.11.2001) о распространении рекламы, содержащей признаки нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - Закон о рекламе), в присутствии <…> представителя Банк ГПБ (АО) по доверенности № Д-28/37 от 30.03.2020,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Кемеровского УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 1983э от 03.04.2020) о наличии признаков нарушения Закона о рекламе при распространении рекламы, содержащей предложение воспользоваться кредитной картой Банка, посредством направления письма по электронной почте без согласия пользователя.

21.04.2020 определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Кемеровским УФАС России было возбуждено дело № 042/05/18-555/2020 в отношении Банк ГПБ (АО) и назначено к рассмотрению на 27.05.2020 на 11 часов 00 минут. Данное определение было направлено в адрес Банк ГПБ (АО) заказным письмом с уведомлением о вручении (распечатка с сайта ФГУП Почта России о вручении почтового отправления имеется в материалах дела).

27.05.2020 состоялось рассмотрение дела в присутствии <…> представителя Банк ГПБ (АО) по доверенности, который пояснил, что с нарушением не согласен, поскольку у Банк ГПБ (АО) имеется согласие физического лица, в адрес которого по электронной почте было направлено предложение Банк ГПБ (АО), которое не является рекламой, поскольку было направлено не неопределенному кругу лиц, а конкретному лицу и содержало персональное обращение «Здравствуйте, <…>!».

Рассмотрев материалы дела № 042/05/18-555/2020, заслушав пояснения представителя, Комиссия Кемеровского УФАС России установила следующее.

Заявителем в адрес Кемеровского УФАС России было представлено письмо, поступившее 17.12.2019 в 18:18 на ее электронный адрес: <…> с электронного адреса: news@email.gazprombank.ru, содержащее рекламу банковской карты Банк ГПБ (АО).

По сведениям сервиса Whois Service, следует, что администратором домена gazprombank.ru является Банк ГПБ (АО).

На сайте http://www.gazprombank.ru/ содержатся сведения о банковских услугах, предоставляемых Банк ГПБ (АО).

Из заявления следует, что согласие на получение рекламы на адрес электронной почты <…> заявитель – физическое лицо не давало.

Частью 1 статьи 18 Закона о рекламе установлено, что 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 рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Кемеровское УФАС России не может согласится с позицией Банк ГПБ (АО) о том, что предложение, направленное по электронной почте <…> не является рекламой на основании нижеизложенного.

На адрес электронной почты заявителя от абонента http://www.gazprombank.ru/ поступило письмо с предложением продукта Банк ГПБ (АО) – кредитной карты с большим лимитом. В данном письме содержались условия приобретения и пользования картой.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой признается 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 и должна в этой связи отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как

реклама.

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

Объектом рекламирования является товар, средство его 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 2 Закона о рекламе). Товар представляет собой продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В пункте 2 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе от 08.10.2012 г. № 58, при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В этом случае данная информация должна быть исследована на предмет соответствия требованиям, предъявляемым Законом о рекламе к рекламе, в том числе установленным главой 3 Закона о рекламе в отношении отдельных видов товаров.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку. 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 обобщенный 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 в сообщении (упоминание имени и отчеств абонента), представляет интерес для неопределенного круга лиц, и являются рекламой (письмо ФАС России от 27.06.2016 № АД/43483/16 «Об отнесении к рекламе информации с личным обращением»).

По аналогии с смс-рассылкой в рассматриваемом электронном письме отсутствует какая – либо информация, свидетельствующая о возможности воспользоваться поступившем предложением только определенным лицом, информацией, содержащейся в спорном письме может заинтересоваться любое иное лицо, желающее воспользоваться предложением Банк ГПБ (АО), следовательно, такая информация должна расцениваться как реклама и к ней должны применяться положения Закона о рекламе.

Вместе с тем Банк ГПБ (АО) представил доказательство наличия согласия физического лица - заявителя на получение рекламных материалов, которое было выражено при заполнении 29.10.2019 в 16:23 на сайте Банка формы на получение кредита (заявка была зарегистрирована под номером 2001434742). В материалы дела была представлена форма, заполненная заявителем, в которой лицо указало свои данные фамилию имя и отчество и согласие на получение от Банка рекламной информации (продукции) об услугах и продуктах путем направления соответствующих сообщений, в том числе по сетям электросвязи, включая получение звонков, SMS/e-mail-сообщений, обращений посредством социальных сетей.

Поскольку в материалы дела представлено согласие заявителя на получение рекламы от Банк ГПБ (АО), нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе в действиях Банк ГПБ (АО) отсутствуют.

В связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе со стороны Банк ГПБ (АО), на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с подпунктом «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Кемеровского УФАС России

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 042/05/18-555/2020 в отношении Банк ГПБ (АО) прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Заместитель председателя Комиссии:

Член Комиссии: <…>