

ПАО СБЕРБАНК

ул. Вавилова, д. 19,

г. Москва, 117312

Заявителю –

физическому лицу П.

ПАО «МТС»

ул. Марксистская, д. 4,

г. Москва, 109147

наб. реки Гзень, д. 8,

Великий Новгород, 173003

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРОДЛЕНИИ СРОКА РАССМОТРЕНИЯ ДЕЛА № 053/05/28-238/2022

17 июня 2022 года

Великий

Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

....

рассмотрев дело № 053/05/28-238/2022 от 18.05.2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении 22.03.2022 в 11 часов 47 минут на абонентский номер Заявителя (далее также физическое лицо П.) ... с абонентского номера 900 SMS-рекламы финансовых услуг,

#### УСТАНОВИЛА:

13.04.2022 в Новгородское УФАС России из приемной Президента Российской Федерации в Новгородской области поступило заявление физического лица П. о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении 22.03.2022 в 11 часов 47 минут на абонентский номер Заявителя ... в сети оператора услуг связи – Публичного акционерного общества «Мобильные телесистемы» (далее – ПАО «МТС») с абонентского номера 900 SMS-рекламы финансовых услуг следующего содержания: «..., откройте СберВклад Прайм с доходностью до 19 % годовых с возможностью пополнения. Получайте самый высокий доход в линейке вкладов Сбера. Узнайте подробности по ссылке <http://www.sberbank.ru/sms/mp> или по номеру 900. ПАО Сбербанк» (вх. № 2141 Новгородского УФАС России; далее – Заявление).

Согласно Заявлению, какие-либо иные условия оказания данных финансовых услуг помимо величины процентной ставки дохода по вкладу в указанной рекламе отсутствуют, что вводит в заблуждение потребителей относительно выгоды пользования услугами банка.

В результате рассмотрения Заявления по существу и изучения дополнительно собранных доказательств было установлено следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) под рекламой понимается 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования - 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.

В соответствии с пунктом 2 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.

Согласно пункту 1 статьи 834 Гражданского кодекса Российской Федерации 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.

Таким образом, объектом рекламирования в данном случае являются финансовые (банковские) услуги по открытию банковского вклада.

В соответствии с положениями Закона о рекламе, целями настоящего Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (статья 1 Закона о рекламе).

В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 7 статьи 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.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 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.

Однако в рассматриваемой рекламе финансовых (банковских) услуг по открытию банковского вклада содержатся только два условия оказания рекламируемой в ней финансовой (банковской) услуги, влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, а именно условие относительно величины процентной ставки дохода по вкладу («до 19 % годовых»), а также условие о возможности пополнения вклада.

Иных условий оказания рекламируемых финансовых (банковских) услуг по открытию банковского вклада, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица (минимальная и максимальная сумма принимаемых денежных средств, срок хранения денежных средств и порядок начисления процентов, возможность/невозможность досрочного полного либо частичного снятия денежных средств, размещенных в качестве вклада, и размер процентных ставок в данном случае и т.д.) указанная реклама не содержит.

При этом, как следует из содержания рассматриваемой рекламы, подробности относительно рекламируемых в ней финансовых (банковских) услуг по открытию банковского вклада можно узнать по ссылке <http://www.sberbank.ru/sms/np> или по номеру 900.

Таким образом, в распространенной 22.03.2022 в 11 часов 47 минут на абонентский номер Заявителя ... путем SMS-рассылки с абонентского номера 900 рекламе финансовых (банковских) услуг по открытию банковского вклада имеются признаки нарушений части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, выразившихся в умалчивании в рекламе такой финансовой услуги, содержащей несколько условий ее оказания, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, информации об иных условиях оказания данной финансовой услуги, также влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с информацией ПАО «МТС» (вх. № 2466 от 29.04.2022

Новгородского УФАС России) рассматриваемая SMS-реклама финансовых (банковских) услуг была направлена с абонентского номера 900, выделенного на основании договора об оказании услуг связи ... далее – Договор от ...) Публичному акционерному обществу «Сбербанк России» (ИНН: 7707083893; 117312, г. Москва, ул. Вавилова, д. 19; далее – ПАО СБЕРБАНК), инициатором SMS-рассылки было ПАО СБЕРБАНК.

Представленной ПАО «МТС» детализацией входящих SMS-сообщений на абонентский номер Заявителя ... за 22.03.2022 (вх. № 2638 от 13.05.2022 Новгородского УФАС России) факт поступления рассматриваемой SMS-рекламы финансовых (банковских) услуг с абонентского номера 900 подтверждался.

Следовательно, в данном случае имелись все основания полагать, что рекламодателем рассматриваемой SMS-рекламы финансовых (банковских) услуг по открытию банковского вклада, имеющей признаки ненадлежащей и распространенной посредством направления 22.03.2022 в 11 часов 47 минут на абонентский номер Заявителя ... SMS-сообщения с абонентского номера 900, является ПАО СБЕРБАНК.

По результатам рассмотрения Заявления определением от 18.05.2022 было возбуждено настоящее дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ПАО СБЕРБАНК и назначено к рассмотрению на 17.06.2022 в 14 часов 30 минут.

До рассмотрения от ПАО СБЕРБАНК поступили письменные объяснения по делу (вх. № 3223 от 15.06.2022 Новгородского УФАС России), суть которых сводится к следующему.

Рассматриваемой SMS-сообщение содержит ссылку на <http://www.sberbank.ru/sms/mp>, при переходе по которой клиенту открывается личный кабинет системы СбербанкОнлайн, а именно информация с полными условиями по рекламируемому продукту СберВклад Прайм.

Система СбербанкОнлайн – автоматизированная система обслуживания клиентов, позволяющая получать подробную информацию о банковских услугах: счетах, вкладах, банковских картах и кредитах, а также погашать кредиты, открывать вклады, совершать платежи, переводы между вкладами и счетами, переводить денежные средства и т.д.

В данном случае клиенту на экране в наглядном формате открывались сведения относительно валюты вклада, наличия подписки СберПрайм+, процентной ставки, суммы вклада, срока вклада, возможности пополнения вклада, дохода, который получит клиент по окончании выбранного срока вклада, возможности снятия процентов, периодичности выплаты процентов, возможности досрочного закрытия, информации по продлению вклада.

Включение в текст SMS-сообщения ссылки на страницу СбербанкОнлайн свидетельствует о предоставлении потребителям, заинтересованным в услуге по открытию вклада, дополнительной возможности ознакомиться со всеми существенными условиями ее получения.

Страница СбербанкОнлайн содержала полную информацию по соответствующей финансовой услуге и по ее получению без каких-либо затруднений.

Также для удобства клиент имеет возможность получить полную информацию по вкладу, позвонив по номеру 900, круглосуточно, в любое удобное время, о чем было указано в тексте SMS-сообщения.

Рассматриваемое SMS-сообщение с предложением открыть СберВклад Прайм не является само по себе основанием для принятия лицом, его прочитавшим, решения воспользоваться услугой ПАО СБЕРБАНК.

Для принятия такого решению потребителям требуется исчерпывающая информация об услуге.

В данном случае исчерпывающая информация была размещена на странице личного кабинета клиента в СбербанкОнлайн, о чем сообщалось в SMS-сообщении.

Исходя из вышесказанного, в рассматриваемой рекламе содержались полные и достоверные сведения по продукту, представленные в доступном для восприятия формате.

На основании изложенного, ПАО СБЕРБАНК производство по настоящему делу просит прекратить в связи с отсутствием фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Также до рассмотрения дела ПАО «МТС» была представлена копия вышеупомянутого Договора от ... со всеми приложениями.

17.06.2022 в 14 часов 30 минут состоялось заседание Комиссии по рассмотрению дела.

На заседании Комиссии присутствовала представитель ПАО СБЕРБАНК по доверенности ....

Иные стороны дела, надлежащим образом уведомленные о дате, времени и месте рассмотрения, своих представителей на рассмотрение не направили, каких-либо ходатайств не заявляли.

Представитель ПАО СБЕРБАНК на рассмотрении поддержала вышеуказанные объяснения по делу в полном объеме, а также дополнительно сообщила следующее.

В данном случае имеется связка «SMS-сообщение со ссылкой и страница

СбербанкОнлайн с полными условиями о продукте», которая должна рассматриваться как единая реклама, спецификой которой является наличие двух составляющих – с технической точки зрения оба действия соединены воедино, так как привязанная страница всегда доступна потребителю, переход осуществляется в один клик, никаких дополнительных действий совершать не надо, следующая страница содержит полную информацию об условиях вклада.

Соответственно, потребителю обеспечивается возможность обращения к сайту для ознакомления со всеми необходимыми сведениями об объекте рекламирования.

То есть реклама носит контекстный характер, направленный на предоставление потребителю ссылки на конкретный источник информации об услуге.

Целью размещения контекстной рекламы является первоочередное обращение потребителя к официальному сайту как информационному ресурсу, расположенному в сети «Интернет», на который переадресует соответствующая гиперссылка, а не использование им непосредственно того продукта, который описан, с учетом того что объем текста SMS-сообщения не значителен и ограничен.

Следовательно, реклама посредством гиперссылки в сети «Интернет» представляет потребителю реальную возможность перейти к этой ссылке, она всегда активна, перейдя по ней можно изучить всю информацию о продукте без ограничения по времени, при желании также можно увеличить текст, если это экран компьютера, и в наиболее удобном формате ее изучить.

ПАО СБЕРБАНК полагает, что SMS-сообщение в совокупности с содержанием страницы, которая открывается по привязанной ссылке, необходимо рассматривать в качестве единого рекламного продукта.

По данным ПАО СБЕРБАНК, Заявитель пользуется приложением СбербанкОнлайн.

Кроме того, такие SMS-сообщения направлялись только тем клиентам, у кого установлен СбербанкОнлайн, и кто заходил в него хотя бы один раз за последние три месяца.

Таким образом, ПАО СБЕРБАНК заранее определил, кто будет получателем SMS-сообщения, оно рассылалось не всем, что не соответствует понятию «рекламы», так как под неопределенным кругом лиц понимаются лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

Вместе с тем, доказательства того, что рассылка рассматриваемой

рекламы осуществлялась в данном случае не неопределенному кругу лиц, ПАО СБЕРБАНК в материалы дела не представлены.

В связи с вышеизложенным, для получения дополнительных доказательств Комиссия считает необходимым продлить срок рассмотрения настоящего дела.

В соответствии с пунктом 31 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

Продлить срок рассмотрения дела № 053/05/28-238/2022 от 18.05.2022 до 18.08.2022.

...