

ИГ/38969/18 от 14.08.2018

ПАО «Сбербанк»

Вавилова ул., д.19,

г. Москва, 117997

РЕШЕНИЕ

«21» июня 2018 г. г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-18-143/77-18, возбужденное по факту

распространения на адрес электронной почты <...> рекламы:

«Ольга Викторовна, откройте вклад в Сбербанке с максимальной ставкой!», поступившей 21.12.2017 в 01:13 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 17000 рублей на Вашей золотой кредитной карте в персональном лимите — успеете получить!», поступившей 07.09.2017 в 15:47 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Вернем до 10% от расходов на косметику!», поступившей 12.10.2017 в 15:36 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 123 000 руб. в кредит для Вас на персональных условиях!», поступившей 16.11.2017 в 12:25 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, примите подарок и уникальный видеоролик к 8 марта!», поступившей 07.03.2018 от отправителя sales@info.sberbank.ru.

с признаками нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы по сетям электросвязи, в отсутствие надлежащего согласия абонента на получение рекламы,

в присутствии представителей ПАО «Сбербанк» в лице <...> (по доверенности № <...> от <...>), <...> (по доверенности № <...> от <...>),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-18-143/77-18 возбуждено в отношении ПАО «Сбербанк» на основании обращения <...> по факту распространения на адрес электронной почты <...> рекламы:

«Ольга Викторовна, откройте вклад в Сбербанке с максимальной ставкой!», поступившей 21.12.2017 в 01:13 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 17000 рублей на Вашей золотой кредитной карте в персональном лимите — успеете получить!», поступившей 07.09.2017 в 15:47 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Вернем до 10% от расходов на косметику!», поступившей 12.10.2017 в

15:36 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 123 000 руб. в кредит для Вас на персональных условиях!», поступившей 16.11.2017 в 12:25 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, примите подарок и уникальный видеоролик к 8 марта!», поступившей 07.03.2018 от отправителя sales@info.sberbank.ru.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ПАО «Сбербанк» (адрес: Вавилова ул., д.19, г. Москва, 117997) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 16.08.2002 за основным государственным регистрационным номером 102770132195, ИНН 7707083893, КПП 773601001.

Поступление рекламы на электронную почту <...> подтверждается представленным в адрес Московского УФАС России изображением рекламы, содержащим полный текст электронного письма, а также сведениями о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе, получателе.

ПАО «Сбербанк» не опровергает направление рассматриваемого e-mail-сообщения на электронную почту <...>.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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 со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126 ФЗ «О связи», электросвязь – любые излучения, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным адресатам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретную электронную почту лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер распространенного e-mail-сообщения.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

При этом исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе, работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из текста сообщений, в которых содержится информация об услугах ПАО «Сбербанк», Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

Таким образом, информация, распространенная посредством отправки на электронную почту <...>, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством e-mail-сообщения; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку из текста информационного сообщения не представляется возможным установить, для кого именно создано данное сообщение и на восприятие кого оно направлено; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

При этом, Комиссия Московского УФАС России пришла к выводу, что

сообщение: «Ольга Викторовна, примите подарок и уникальный видеоролик к 8 марта!», поступившее 07.03.2018 от отправителя sales@info.sberbank.ru, не является рекламным.

Также ПАО «Сбербанк приводит довод о том, что сообщения:

«Ольга Викторовна, 17000 рублей на Вашей золотой кредитной карте в персональном лимите — успеете получить!», поступившей 07.09.2017 в 15:47 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 123 000 руб. в кредит для Вас на персональных условиях!», поступившей 16.11.2017 в 12:25 от отправителя sales@info.sberbank.ru, не являются рекламой, так как содержат индивидуальные предложения, сформированные исходя из индивидуальных параметров клиента и содержат персональный код, которым может воспользоваться только то лицо, которому адресовано указанное сообщения.

А сообщение: «Вернем до 10% от расходов на косметику!», поступившей 12.10.2017 в 15:36 от отправителя sales@info.sberbank.ru, не является рекламой так как данное предложение актуально только для клиента, которому направлено письмо в рамках адресной электронной рассылки ограниченному количеству клиентов ПАО «Сбербанк».

Московское УФАС России критически относиться к данным доводам по следующим основаниям.

Рассматриваемые сообщения направлены на привлечение внимания к услугам и деятельности ПАО «Сбербанк», целью их распространения является доведение до потребителя информации о дополнительных услугах и продуктах, которыми может воспользоваться клиент.

При этом само по себе формирование индивидуальных условий исходя из анализа деятельности клиентов в банке не может быть доказательством того, что данная информация не является рекламой.

ПАО «Сбербанк» используя имеющуюся в его распоряжении информацию о клиентах формирует более привлекательные условия своих продуктов для каждого клиента, однако объект к которому привлекается внимание остается тот же (кредит, золотая карта, бонусы, вклады и т. п.).

Таким образом, сообщения, направленные неограниченному кругу лиц, различающиеся только в части определенных условий для формирования большего интереса потребителя, по мнению Московского УФАС России, также являются рекламой.

В соответствии с частью 1 статьи 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.

Необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Однако, Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 15 постановления Пленума ВАС Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

Также, в соответствии с письмом ФАС России № АК/13563/16 от 03.03.2016, согласие должно носить явно выраженный характер и не может быть выполнено в форме согласия на получение какой-либо иной информации.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

Следовательно, доказательств наличия согласия абонента на получение рекламы ПАО «Сбербанк» не представлено.

В соответствии с представленными документами и сведениями, администратором (владельцем) домена sberbank.ru является ПАО «Сбербанк», что ПАО «Сбербанк» не отрицает.

Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149 ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают, что сайтом в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается через сеть «Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет». Владелец сайта в сети «Интернет» — это лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте.

Каких-либо документов, свидетельствующих об объективной невозможности получения ПАО «Сбербанк» информации о наличии либо отсутствии согласия гражданина, подавшего обращение в Московское УФАС России, на распространение рекламы, лицом, участвующим в деле, также не представлено.

ПАО «Сбербанк» в настоящем случае не предприняло достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение на адрес электронной почты <...> рекламы:

«Ольга Викторовна, откройте вклад в Сбербанке с максимальной ставкой!», поступившей 21.12.2017 в 01:13 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 17000 рублей на Вашей золотой кредитной карте в персональном лимите — успеете получить!», поступившей 07.09.2017 в 15:47 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Вернем до 10% от расходов на косметику!», поступившей 12.10.2017 в 15:36 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 123 000 руб. в кредит для Вас на персональных условиях!», поступившей 16.11.2017 в 12:25 от отправителя

sales@info.sberbank.ru, с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе является ненадлежащим.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

На основании изложенного, ПАО «Сбербанк» является рекламодателем рассматриваемой рекламы, что подтверждается и письменными пояснениями Общества.

Таким образом, ПАО «Сбербанк» в рамках рассмотрения данного дела признается рекламодателем, а равно несет ответственность, предусмотренную Законом о рекламе для данного субъекта правоотношений.

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, законной по содержанию, но не по способу распространения потребителю рекламы, ПАО «Сбербанк» не представлено.

Резюмируя изложенное, Комиссией Московского УФАС России в действиях ПАО «Сбербанк» установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении на адрес электронной почты <...> рекламы:

«Ольга Викторовна, откройте вклад в Сбербанке с максимальной ставкой!», поступившей 21.12.2017 в 01:13 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 17000 рублей на Вашей золотой кредитной карте в персональном лимите — успеете получить!», поступившей 07.09.2017 в 15:47 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Вернем до 10% от расходов на косметику!», поступившей 12.10.2017 в 15:36 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 123 000 руб. в кредит для Вас на персональных

условиях!», поступившей 16.11.2017 в 12:25 от отправителя sales@info.sberbank.ru, без предварительного согласия абонента на ее получение.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространении указанной рекламы, ПАО «Сбербанк» не представлено.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи П А О «Сбербанк» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ПАО «Сбербанк» нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на адрес электронной почты <...> рекламы:

«Ольга Викторовна, откройте вклад в Сбербанке с максимальной ставкой!», поступившей 21.12.2017 в 01:13 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 17000 рублей на Вашей золотой кредитной карте в персональном лимите — успеете получить!», поступившей 07.09.2017 в 15:47 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Вернем до 10% от расходов на косметику!», поступившей 12.10.2017 в 15:36 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 123 000 руб. в кредит для Вас на персональных условиях!», поступившей 16.11.2017 в 12:25 от отправителя sales@info.sberbank.ru, без согласия адресата на ее получение.

2. Выдать ПАО «Сбербанк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России 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

<...>

<...>

Исполнитель: <...>

8 (495) 784-75-05 (доб. <...>)

ИГ/38992/18 от 14.08.2018

ПАО «Сбербанк»

Вавилова ул., д. 19,

г. Москва, 117997

ПРЕДПИСАНИЕ № 305

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«21» июня 2018 г. г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

на основании своего Решения по делу № 3-18-143/77-18 о признании ПАО «Сбербанк» нарушившим часть 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе) при распространении на адрес электронной почты <...> рекламы:

«Ольга Викторовна, откройте вклад в Сбербанке с максимальной ставкой!», поступившей 21.12.2017 в 01:13 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 17000 рублей на Вашей золотой кредитной карте в персональном лимите — успеете получить!», поступившей 07.09.2017 в 15:47 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Вернем до 10% от расходов на косметику!», поступившей 12.10.2017 в 15:36 от отправителя sales@info.sberbank.ru;

«Ольга Викторовна, 123 000 руб. в кредит для Вас на персональных условиях!», поступившей 16.11.2017 в 12:25 от отправителя sales@info.sberbank.ru, без согласия абонента на её получение,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ПАО «Сбербанк» **в десятидневный срок** со дня получения настоящего Предписания прекратить распространение <...> рекламы от отправителя sales@info.sberbank.ru по сетям электросвязи, в том числе на адрес электронной почты <...> с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

2. ПАО «Сбербанк» **в трехдневный срок** со дня исполнения настоящего Предписания представить в адрес Московского УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего Предписания.

Невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность, предусмотренную частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Предписание может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его выдачи в Арбитражный суд г. Москвы в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...><...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

Исполнитель: <...>, (495) 784-75-05 (доб. <...>