

ПАО «Сбербанк»

<...>

АО «Интернет-Проекты»

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/18-475/2024

«13» марта 2024 года 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 № 077/05/18-475/2024 по признакам нарушения ПАО «Сбербанк» (ИНН:7707083893) части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), путем распространения рекламы посредством e-mail-сообщений на электронную почту ... от отправителя «СберБизнес» (адреса электронной почты business@info.sberbank.ru) рекламы следующего содержания:

*«Скидкам для бизнеса — зеленый свет. Зеленая неделя 9-17 ноября 2023 года»*, поступившее 15.11.2023 в 12:55, в присутствии представителя ПАО «Сбербанк» (по доверенности), в отсутствие представителя АО «Интернет-Проекты» (уведомлено надлежащим образом),

2024-18400

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-475/2024 возбуждено на основании заявления физического лица относительно распространения посредством e-mail-сообщений на электронную почту ...:

*«Скидкам для бизнеса — зеленый свет. Зеленая неделя 9-17 ноября 2023 года»*, поступившее 15.11.2023 в 12:55 от отправителя «СберБизнес» (адреса электронной почты ...).

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.

Поступление указанной рекламы на адреса электронной почты ... подтверждается представленными в Московское УФАС России скриншотами сообщений, содержащими текст рассматриваемой рекламы, а также сведения о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе и получателе.

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.

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, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

Таким образом, информация, распространенная посредством отправки на электронные почты ... отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством e-mail-сообщений; 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.

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 рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено.

Рекламораспространитель 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.

Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

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 рекламораспространителя.

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца электронной почты ..., согласие на получение рекламы он не давал.

Согласно пояснения ПАО «Сбербанк» рассматриваемое e-mail-сообщение было направлено на электронную почту ... 15.11.2023 в 12:55 ошибочно, вследствие произошедшего технического сбоя программного обеспечения Банка. В настоящее время технический сбой устранен.

Исходя из вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что реклама, поступившая на электронную почту ...:

*«Скидкам для бизнеса — зеленый свет. Зеленая неделя 9-17 ноября 2023 года»*, поступившее 15.11.2023 в 12:55 от отправителя «СберБизнес» (адреса электронной почты ...), была направлена в отсутствие согласия адресата на ее получение. Обратного ПАО «Сбербанк» не доказано.

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

Таким образом, распространение рекламы на электронную почту ..., посредством e-mail-сообщений, поступивших от отправителя ... 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 рекламораспространитель.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Таким образом, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

В соответствии с представленной информацией, ПАО «Сбербанк» является администратором доменного имени SBEBANK.RU.

Содержание текста рассматриваемого e-mail-сообщения определялось профильным подразделением Банка.

Рекламное сообщение было направлено АО «Интернет-Проекты» (ИНН:7811090248) в рамках договора №50004097852 от 07.07.2022 об оказании услуг Сервиса по рассылке e-mail сообщений клиентам ПАО Сбербанк, заключенного между ПАО Сбербанк и АО «Интернет-Проекты».

В соответствии с указанным договором Исполнитель

(АО «ИнтернетПроекты») оказывает Заказчику (ПАО «Сбербанк») услуги по подключению удаленного доступа к сервису рассылки e-mail сообщений, а также услуг «выделенные IP-адреса».

На основании изложенного ПАО «Сбербанк» является рекламодателем рекламы следующего содержания:

*«Скидкам для бизнеса — зеленый свет. Зеленая неделя 9-17 ноября 2023 года»,* поступившее 15.11.2023 в 12:55 от отправителя «СберБизнес» (адреса электронной почты ...).

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ПАО «Сбербанк» установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 (далее — Правила), 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.

Согласно пункту 54 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Согласно представленным в материалы дела документам, распространение рассматриваемой рекламы в настоящее время прекращено.

Комиссия Московского УФАС России установила, что зафиксированное нарушение рекламного законодательства является разовым, аналогичных жалоб на действия ПАО «Сбербанк» в адрес Московского УФАС России не поступало.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России,

РЕШИЛА:

РЕШИЛА:

1. Признать ПАО «Сбербанк» нарушившим часть 1 статьи 18 Закон о рекламе, выразившегося в распространении посредством e-mail-сообщений на электронную почту заявителя ...:

*«Скидкам для бизнеса — зеленый свет. Зеленая неделя 9-17 ноября 2023 года»,* поступившее 15.11.2023 в 12:55 от отправителя «СберБизнес» (адреса электронной

почты ...), без предварительного согласия владельца на ее получение.

1. Не выдавать ПАО «Сбербанк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении 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: ...

...

...