

АРБИТРАЖНЫЙ СУД

ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ-ЧУВАШИИ

428000, Чувашская Республика, г. Чебоксары, проспект Ленина, 4
<http://www.chuvashia.arbitr.ru/>

Именем Российской Федерации

Р Е Ш Е Н И Е

г. Чебоксары

Дело № А79-3603/2020

31 августа 2020 года

Резолютивная часть решения объявлена 24 августа 2020 года. Полный текст решения изготовлен 31 августа 2020 года.

Арбитражный суд Чувашской Республики - Чувашии в составе судьи
Афанасьева А.А.,

при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного
заседания Майоровой М.О.,

рассмотрев в открытом судебном заседании дело по заявлению

«Газпромбанк» (Акционерное общество) (ИНН 7744001497, ОГРН 1027700167110)

к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии

о признании недействительным решения от 27.03.2020 по делу №021/05/28-168/2020 о признании ненадлежащим рекламы, распространенной Банком ГПБ (АО) в период с 01.02.2020 по 29.02.2020 на щитовых рекламных конструкциях, расположенных вдоль проезжей части дороги (30-я дорога) от «Ярмарки» в сторону остановки «ТЦ «Центральный» и от остановки «ТЦ «Центральный» в сторону остановки «Ярмарки», поскольку ее содержание нарушает требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», о признании Банка ГПБ (АО) нарушившим часть 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и о передаче материалов должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

при участии:

от заявителя – Горохова А.В. по доверенности от 25.03.2020 № Д-2/69, диплом ДВС 0200844,

от Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии – Лисицыной М.Н. по доверенности от 09.01.2020 №ВК/1/20, диплом ВСА 0031570,

установил:

Газпромбанк» (Акционерное общество) (далее – Банк или заявитель) обратился в арбитражный суд с заявлением к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии (далее – Управление ФАС по ЧР или Управление) о признании недействительным решения от 27.03.2020 по делу № 021/05/28-168/2020 о признании ненадлежащим рекламы, распространенной Банком ГПБ (АО) в период с 01.02.2020 по 29.02.2020 на щитовых рекламных конструкциях, расположенных вдоль проезжей части дороги (30-я дорога) от «Ярмарки» в сторону остановки «ТЦ «Центральный» и от остановки «ТЦ «Центральный» в сторону остановки «Ярмарки», поскольку ее содержание нарушает требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» о признании Банка ГПБ (АО) нарушившим части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и о передаче материалов должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии для возбуждения дела об административном правонарушении,

предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Представитель Банка в судебном заседании заявленные требования поддержал в полном объеме по основаниям, изложенным в заявлении.

Представитель Управления ФАС по ЧР просила суд отказать в удовлетворении заявленных требований по доводам, указанным в отзыве.

Заслушав объяснения представителей лиц, участвующих в деле, изучив материалы дела, суд установил следующее.

Управлением ФАС по ЧР в порядке части 2 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» рассмотрено дело по признакам нарушения требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении Банк ГПБ (АО).

Основанием для возбуждения дела послужило осуществление 12.02.2020 Управлением ФАС по ЧР контрольного мероприятия по соблюдению требований Закона о рекламе при размещении наружной рекламы в границах г. Чебоксары.

По результатам контрольного мероприятия Управлением выявлено размещение наружной рекламы Банком на щитовых рекламных конструкциях, расположенных вдоль проезжей части дороги (30-я дорога):

- от «Ярмарки» в сторону остановки «ТЦ Центральный»;

- от остановки «ТЦ Центральный» в сторону остановки «Ярмарка», следующего содержания: «Газпромбанк Легкий кредит со ставкой по кредиту от 7,5% годовых ставка 8-800-300-60-90 gazprombank.ru», и далее условия предоставления кредита, указанные мелким шрифтом, не позволяющим воспринять их содержание: «ставка — от 7,5% годовых при сумме кредита от 1 млн. до 3 млн. руб. при сумме кредита от 300 000 до 999 999,99 руб.- от 9,5 % годовых, от 50 000 до 299 999,99 руб.- от 11,5 % годовых ставка увеличивается на 5-6 п.п. для клиентов без личного страхования в зависимости от категории заемщика, срок кредита: от 13 до 84 мес.подробнее на gazprombank.ru. информация на 20.01.2020 не является офертой. Банк ГПБ (АО). Генеральная лицензия банка России № 354. реклама».

Усмотрев в действиях заявителя по размещению данной рекламы признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Управлением ФАС по ЧР 18.02.2020 вынесено определение о возбуждении дела № 021/05/28-168/2020 в отношении Банка по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

27 марта 2020 года комиссией Управления ФАС по ЧР по делу № 021/05/28-

168/2020 принято решение:

«1. Признать рекламу, распространенную Банком ГПБ (АО) (117420, г. Москва, ул. Наметкина, 16, 1, ОГРН: 1027700167110, ИНН: 7744001497, КПП 772801001) с 01.02.2020 по 29.02.2020 на щитовых рекламных конструкциях, расположенных вдоль проезжей части дороги (30-я дорога):

- от «Ярмарки» в сторону остановки «ТЦ Центральный»;

- от остановки «ТЦ Центральный» в сторону остановки «Ярмарка», следующего содержания: «Газпромбанк Легкий кредит со ставкой по кредиту от 7,5% годовых ставка 8-800-300-60-90 gazprombank.ru», и далее условия предоставления кредита, указанные мелким шрифтом, не позволяющим воспринять их содержание: «ставка — от 7,5% годовых при сумме кредита от 1 млн. до 3 млн. руб. при сумме кредита от 300 000 до 999 999,99 руб.- от 9,5 % годовых, от 50 000 до 299 999,99 руб.- от 11,5 % годовых ставка увеличивается на 5-6 п.п. для клиентов без личного страхования в зависимости от категории заемщика, срок кредита: от 13 до 84 мес.подробнее на gazprombank.ru. информация на 20.01.2020 не является офертой. Банк ГПБ (АО). Генеральная лицензия банка России № 354. реклама», ненадлежащей, поскольку ее содержание нарушает требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

2. Признать Банк ГПБ (АО) нарушившим часть 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 Закона о рекламе».

3. Предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении Банка ГПБ (АО)».

Принимая данное решение, Комиссия Управления пришла к выводу, что на спорной рекламе нечитаемым шрифтом изложены существенные условия оказания финансовых услуг, и сообщение такой информации может создавать у потребителей ожидания, не соответствующие реальным свойствам рекламируемого товара (финансовых услуг), то есть ввести их в заблуждение, что характеризует указанную рекламу как ненадлежащую.

Не согласившись с указанным решением, Банк обратился в арбитражный суд с настоящим заявлением.

Согласно положениям части 1 статьи 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации граждане, организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании

недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц, если полагают, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение и действие (бездействие) не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают их права и законные интересы в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, незаконно возлагают на них какие-либо обязанности, создают иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности.

Следовательно, для признания ненормативных правовых актов, решений, действий государственных органов, органом местного самоуправления, иных органов, должностных лиц незаконными суд должен установить наличие в совокупности двух условий: несоответствие решений, действий, ненормативных правовых актов государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц закону или иному нормативному правовому акту; нарушение решением, действием, ненормативным правовым актом государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц прав и законных интересов заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

В соответствии со статьей 2 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации одной из задач судопроизводства в арбитражных судах является защита нарушенных или оспариваемых прав и законных интересов лиц, осуществляющих предпринимательскую и иную экономическую деятельность.

В силу статьи 4 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации заинтересованное лицо вправе обратиться в арбитражный суд за защитой своих нарушенных или оспариваемых прав и законных интересов.

При этом пунктами 3, 4 части 1 статьи 199 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации предусмотрено, что в заявлении о признании ненормативного правового акта недействительным, решений и действий (бездействия) незаконными должны быть указаны (в том числе) права и законные интересы, которые, по мнению заявителя, нарушаются оспариваемым актом, решением и действиями (бездействием); законы и иные нормативные правовые акты, которым, по мнению заявителя, не соответствуют оспариваемый акт, решение и действия (бездействие).

Согласно статье 65 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации каждое лицо, участвующее в деле, должно доказать обстоятельства, на которые оно ссылается как на основание своих требований и возражений.

Исходя из анализа названных норм права, нарушение прав и законных интересов должен доказывать заявитель.

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) реклама - это 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; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются (часть 1 статьи 5 Закона о рекламе).

В силу части 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.

В силу части 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

В случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемым на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

Из материалов дела следует, что спорная реклама размещена на рекламной конструкции, установленной вдоль проезжей части дороги (30-я автодорога).

Проанализировав распространенную Банком рекламу, суд установил, что рассматриваемая реклама является рекламой финансовых услуг, объектом рекламирования финансовых услуг Банка является кредитный продукт программы «Легкий кредит».

При этом Банк не оспаривает, что является рекламодателем вышеуказанного продукта, из пояснений Банка следует, что вопрос восприятия водителями и пассажирами всего содержания текста рекламы не является однозначным в силу следующего.

Действующим законодательством размер шрифта рекламных

надписей не регламентирован, при этом Банком не представлено доказательств того, что использованный способ подачи информации не позволяет потребителям воспринять текст рекламы в полном ее объеме, и вводит в заблуждение относительно существенных условий потребительского кредита.

При этом Банк отмечает, что рекламные щиты расположены таким образом, что препятствий для свободного восприятия информации, содержащейся на рекламных щитах, нет, поскольку для подхода к ним имеется пешеходный тротуар, проходящий непосредственно вдоль проезжей части дороги.

Кроме того, по мнению Банка, водители и пассажиры, находящиеся в движущемся транспортном средстве, не могут рассматриваться в качестве потребителей данной рекламы и оценка читаемости рекламного текста может производиться только с позиции рядовых потребителей - пешеходов, а не с позиции участников дорожного движения.

Размер шрифта и цвет текста в рекламе обеспечивает контрастность изображения, и тем самым, не нарушает прав потребителей рекламы на ознакомление с данной рекламой банковской услуги.

Реклама потребительского кредита Банка была размещена на щитовой конструкции на вышеуказанном объекте и содержала все существенные условия, определяющие полную стоимость кредита и все остальные условия, необходимые в силу действующего законодательства.

Управлением установлено, что рассматриваемая реклама, согласно представленному агентскому договору на размещение наружной рекламы, размещалась в период с 01.02.2020 по 29.02.2020 и на момент рассмотрения дела демонтирована.

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

Поскольку распространенная Банком реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым видом финансовых услуг.

Суд установил, что в данном случае указанную информацию невозможно прочесть без дополнительных технических средств, в связи с чем она является недоступной для потребителя, а значит, существенные условия, позволяющие потребителям оценить условия предоставляемой услуги в совокупности, в тексте спорной рекламы отсутствуют, в связи с чем искажается действительная стоимость рекламируемых услуг в период ее распространения.

Как свидетельствуют материалы дела и установлено судом, спорная реклама размещена на рекламных конструкциях, установленных вдоль проезжей части дороги (30-я дорога) и направлена на импульсивное восприятие (относительно быстрое и четкое осознание предлагаемой информации, а также ее понимание и уяснение без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания).

Исходя из рассматриваемого текста рекламы, усматривается, что наиболее выгодное и привлекательное условие - получение кредита по ставке от 7,5 % годовых, выделено в рекламе ярко и броско, крупным шрифтом, занимающим значительную часть рекламного баннера.

Однако, в вышеуказанной рекламе содержится иная информация с существенными условиями финансовой услуги, представленная мелким шрифтом, которая, в силу используемого размера шрифта и расположения на баннере, является трудночитаемой, требующей напряжения зрения, в том числе, в силу использования мелкого шрифта, даже в случае оказания в непосредственной близости к рекламному щиту и которую невозможно разобрать одновременно с привлекательными условиями – процентной ставкой по кредиту от 7,5%. Текст рекламы, представленный мелким шрифтом, содержит более подробную информацию о том, что ставка от 7,5% годовых возможна только при сумме кредита от 1 млн. руб. до 3 млн. руб.

Узнавая о скрытых аспектах финансовой операции уже на стадии обращения в Банк, клиенту может оказаться сложнее отказаться от невыгодных для него условий, поскольку он уже обратился в данный Банк и рассчитывал на получение денежных средств.

Кроме того, указанная рекламная конструкция располагается непосредственно вдоль проезжей части оживленной дороги, и таким образом мелкий, плохо читаемый шрифт, с существенными условиями финансовой услуги, не может быть воспринят всеми категориям потребителей надлежащим образом.

В основном, потенциальными потребителями данной рекламы, являются

водители и пассажиры транспортных средств, которые находятся в движении, что дополнительно усложняет прочтение текста, который требует четкого осознания предлагаемой финансовой услуги, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание.

Оценив представленные в дело документы и видеоматериалы к акту фиксации размещения информации от 12.02.2020 по правилам статьи 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, суд установил, что при формальном присутствии в рекламе необходимой информации такие обстоятельства, как расположение рекламной конструкции, размер шрифта, не позволяют потребителям воспринимать все сведения об условиях предоставляемой услуги, и, следовательно, не может рассматриваться как ее фактическое наличие.

Аналогичная правовая позиция изложена в постановлениях Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 19.11.2014 по делу № А79-2037/2014, от 25.05.2020 по делу №А79-8624/2019.

На основании пункта 5 статьи 3 и части 6 статьи 38 Закона о рекламе Банк является рекламодателем спорной рекламы, следовательно, именно он несет ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

При таких обстоятельствах суд приходит к выводу о том, что Управление правомерно признало спорную рекламу ненадлежащей, а Банк - нарушившим часть 7 статьи 5 и часть 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Оспариваемое решение принято уполномоченным органом и не нарушает права и законные интересы заявителя.

Доводы Банка, изложенные в заявлении и письменных пояснениях к нему не опровергают правомерность выводов Управления ФАС по ЧР в оспариваемом решении.

В соответствии с частью 3 статьи 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в случае, если арбитражный суд установит, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решения и действия (бездействие) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и не нарушают права и законные интересы заявителя, суд принимает решение об отказе в удовлетворении заявленного требования.

Отсутствие совокупности двух условий, предусмотренных частью 1 статьи 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, является в силу части 3 статьи 201 указанного Кодекса основанием для отказа в удовлетворении заявленных Банком требований.

На основании изложенного в удовлетворении заявления «Газпромбанк» (Акционерное общество) следует отказать.

Расходы по государственной пошлине по правилам статьи 110 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации суд относит на заявителя.

Руководствуясь статьями 110, 167 – 170, 176, 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, арбитражный суд

Р Е Ш И Л:

в удовлетворении заявления «Газпромбанк» (Акционерное общество) (ИНН 7744001497, ОГРН 1027700167110) к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии о признании недействительным решения от 27.03.2020 по делу №021/05/28-168/2020 о признании ненадлежащим рекламы, распространенной Банком ГПБ (АО) в период с 01.02.2020 по 29.02.2020 на щитовых рекламных конструкциях, расположенных вдоль проезжей части дороги (30-я дорога) от «Ярмарки» в сторону остановки «ТЦ «Центральный» и от остановки «ТЦ «Центральный» в сторону остановки «Ярмарки», поскольку ее содержание нарушает требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», о признании Банка ГПБ (АО) нарушившим часть 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и о передаче материалов должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, отказать.

Решение может быть обжаловано в Первый арбитражный апелляционный суд, г. Владимир, в течение месяца с момента его принятия.

Решение арбитражного суда первой инстанции может быть обжаловано в кассационном порядке в Арбитражный суд Волго-Вятского округа, г. Нижний Новгород, при условии, что оно было предметом рассмотрения Первого арбитражного апелляционного суда или Первый арбитражный апелляционный суд отказал в восстановлении пропущенного срока подачи апелляционной жалобы.

Кассационная жалоба может быть подана в срок, не превышающий двух месяцев со дня вступления в законную силу обжалуемых решения,

постановления арбитражного суда.

Жалобы подаются через Арбитражный суд Чувашской Республики –
Чувашии.

Судья

А.А. Афанасьев