

**АРБИТРАЖНЫЙ СУД
ВОЛГО-ВЯТСКОГО ОКРУГА**

Кремль, корпус 4, Нижний Новгород, 603082

<http://fasvvo.arbitr.ru/> E-mail: info@fasvvo.arbitr.ru

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ
арбитражного суда кассационной инстанции**

Нижний Новгород

Дело № А79-3603/2020

18 февраля 2021 года

(дата изготовления постановления в полном объеме)

Резолютивная часть постановления объявлена 16.10.2021.

Арбитражный суд Волго-Вятского округа в составе:

председательствующего Александровой О.В.,

судей Забурдаевой И.Л., Чигракова А.И.,

при участии представителя

от заявителя: Ионова А.В. (доверенность от 25.03.2020 № 52 АА 4169784)

рассмотрел в судебном заседании кассационную жалобу

«Газпромбанк» (Акционерное общество)

на решение Арбитражного суда Чувашской Республики – Чувашии от
31.08.2020 и

на постановление Первого арбитражного апелляционного суда от 11.11.2020
по делу № А79-3603/2020

по заявлению «Газпромбанк» (Акционерное общество)

(ИНН: 7744001497, ОГРН: 1027700167110)

о признании незаконным решения

Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской
Республике – Чувашии

и у с т а н о в и л :

«Газпромбанк» (Акционерное общество) (далее – Общество) обратилось в Арбитражный суд Чувашской Республики – Чувашии с заявлением о признании незаконным решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике – Чувашии (далее – Управление) от 27.03.2020 по делу № 021/05/28-168/2020 о признании рекламы ненадлежащей.

Решением Арбитражного суда Чувашской Республики – Чувашии от 31.08.2020 в удовлетворении заявленного требования отказано.

Постановлением Первого арбитражного апелляционного суда от 11.11.2020 решение суда оставлено без изменения.

Общество не согласилось с принятыми судебными актами и обратилось в Арбитражный суд Волго-Вятского округа с кассационной жалобой.

Заявитель жалобы считает, что выводы судов не соответствуют материалам дела. Шрифт, использованный в спорном рекламном объявлении, читаем, однако требуется больше времени для прочтения текста, набранного таким шрифтом. В акте фиксации размещения информации от 12.02.2020 не указаны факт нечитаемости рекламного текста, расстояние до рекламной конструкции, средство фотофиксации, характеристики рекламной конструкции и ее расположение, а также не приведены доводы, в соответствии с которыми отклонены аргументы Общества.

По мнению Общества, шрифт, который потребитель с нормальным зрением может различить с расстояния 50 метров, не является мелким шрифтом.

Подробно доводы Общества изложены в кассационной жалобе и поддержаны его представителем в судебном заседании.

Управление в отзыве не согласилось с доводами кассационной жалобы, посчитав обжалуемые судебные акты законными и обоснованными; извещенное надлежащим образом о времени и месте рассмотрения кассационной жалобы, представителей в суд не направило. Кассационная жалоба рассмотрена без его участия.

Законность решения Арбитражного суда Чувашской Республики – Чувашии и постановления Первого арбитражного апелляционного суда проверена Арбитражным судом Волго-Вятского округа в порядке, установленном в статьях 274, 284 и 286 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Как следует из материалов дела, Управление 12.02.2020 провело контрольные мероприятия по соблюдению требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ

«О рекламе» (далее – Закон о рекламе) при размещении наружной рекламы в границах города Чебоксары.

По результатам контрольных мероприятий Управление установило, что Общество разместило на щитовых рекламных конструкциях, расположенных вдоль проезжей части дороги (30-я дорога), наружную рекламу, не соответствующую требованиям Закона о рекламе.

Управление вынесло определение от 18.02.2020 о возбуждении дела № 021/05/28-168/2020 в отношении Общества по признакам нарушения части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Решением от 27.03.2020 Управление признало ненадлежащей рекламу, распространенную Обществом 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», 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 содержание текста: «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 N 354. Реклама».

Не согласившись с указанным решением, Общество обратилось в арбитражный суд.

Руководствуясь статьями 3, 5 и 28 Закона о рекламе, Арбитражный суд Чувашской Республики – Чувашии пришел к выводу о том, что спорная реклама является ненадлежащей.

Апелляционный суд оставил решение суда без изменения.

Рассмотрев кассационную жалобу, Арбитражный суд Волго-Вятского округа не нашел оснований для ее удовлетворения.

В силу части 1 статьи 198, части 4 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации действия, решения органов, осуществляющих публичные полномочия, могут быть признаны незаконными, если они не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской деятельности.

Согласно подпункту 5.3.1.1 пункта 5.3.1. статьи 5 Положения о Федеральной антимонопольной службе, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 № 331, Федеральная антимонопольная служба осуществляет контроль в том числе за соблюдением коммерческими и некоммерческими организациями, федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления антимонопольного законодательства, законодательства о естественных монополиях, законодательства о рекламе (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа).

На основании статей 33, 36 Закона о рекламе, уполномоченный орган в пределах своих полномочий возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные данным законом.

Следовательно, при принятии оспариваемого решения Управление действовало в пределах установленных полномочий.

Отношения в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Законом о рекламе.

В силу статьи 3 Закона 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; ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Информация, размещенная заявителем, адресована неопределенному кругу

лиц, направлена на привлечение внимания к услугам, оказываемым Обществом, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке. Таким образом, информация об услугах Общества по предоставлению кредита является рекламой.

Общие требования к рекламе установлены в части 1 статьи 5 Закона о рекламе, в которой определено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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 (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

Если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием 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 (часть 3 статьи 28 Закона о рекламе).

Применительно к рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

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).

Реклама финансовых услуг, распространенная Обществом, направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, поэтому 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.

Исследовав и оценив представленные в материалы дела доказательства в порядке статьи 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, суды пришли к выводу о том, что в спорной рекламе часть существенной информации, которая может повлиять на намерение потребителя воспользоваться рекламируемым предложением Общества, выполнена мелким шрифтом, в связи с чем она является недоступной для потребителя. При этом суды приняли во внимание совокупность обстоятельств размещения рекламы, в том числе месторасположение (около проезжей части), ограниченное время считывания информации, размер шрифта, которым написаны иные существенные условия услуги, по сравнению с размером шрифта основной, привлекательной информации об услугах.

Указанные выводы судов основаны на полном, всестороннем и объективном исследовании представленных доказательств и не противоречат им.

Довод Общества об отсутствии достоверных доказательств нечитаемости шрифта отклоняется, поскольку оценка восприятия спорной информации может быть дана с точки зрения рядового потребителя, в связи с чем факт введения потребителей в заблуждение не требует особой процедуры доказывания.

Формальное присутствие в рекламе условий оказания услуги, не позволяющих потребителю воспринимать их ввиду того, что они выполнены мелким, нечитаемым шрифтом, в том числе информации, касающейся условий выдачи кредита и процентных ставок по нему, не может рассматриваться как наличие этих условий

Учитывая изложенное, 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 их распространения.

Таким образом, суды сделали правильный вывод о том, что потребитель был лишен возможности получения информации в полном объеме и вводился в заблуждение в отношении условий приобретения финансовой услуги, и обоснованно признали спорную рекламу ненадлежащей, поскольку существенные условия, изложенные в рекламе кредита, размещенные данным способом, затруднительны для их восприятия, что равнозначно их фактическому отсутствию.

При таких обстоятельствах у судов отсутствовали основания для признания оспариваемого решения незаконным.

Доводы, изложенные в кассационной жалобе, были предметом рассмотрения в судебных инстанциях, получили надлежащую правовую оценку, не опровергают выводов судов и направлены на переоценку доказательств и установленных судами фактических обстоятельств дела, что

в силу статьи 286 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации не входит в компетенцию суда кассационной инстанции.

Нормы материального права применены судами первой и апелляционной инстанций правильно. Суд кассационной инстанции не установил нарушений норм процессуального права, являющихся в силу части 4 статьи 288 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в любом случае основаниями для отмены принятых судебных актов.

Кассационная жалоба не подлежит удовлетворению.

В соответствии со статьей 110 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации расходы по уплате государственной пошлины за рассмотрение кассационной жалобы относятся на заявителя.

Руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 287 и статьей 289 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Арбитражный суд Волго-Вятского округа

П О С Т А Н О В И Л :

решение Арбитражного суда Чувашской Республики – Чувашии от 31.08.2020 и постановление Первого арбитражного апелляционного суда от 11.11.2020 по делу № А79-3603/2020 оставить без изменения, кассационную жалобу «Газпромбанк» (Акционерное общество) – без удовлетворения.

Расходы по уплате государственной пошлины, связанной с рассмотрением кассационной жалобы, отнести на «Газпромбанк» (Акционерное общество).

Постановление вступает в законную силу со дня его принятия и может быть обжаловано в Судебную коллегию Верховного Суда Российской Федерации в срок, не превышающий двух месяцев со дня его принятия, в порядке, предусмотренном в статье 291.1 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председательствующий

О.В. Александрова

Судьи

И.Л. Забурдаева

А.И. Чиграков