

РЕШЕНИЕ

по делу № 85/04-2016р

Резолютивная часть решения оглашена 21 февраля 2017 года.
г. Киров

В полном объеме решение изготовлено 10 марта 2017 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дела о нарушении законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии – <...> – руководителя управления; Членов Комиссии: <...> – начальника отдела ФРИР Кировского УФАС России, <...> – специалиста 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в отсутствие заявителя – физического лица;

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: Публичного акционерного общества «Норвик Банк» в лице представителя по доверенности от 02.11.2016 г. № 9159 <...>;

При ведении протокола <...> – специалистом 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

рассмотрев дело № 85/04-16р, возбужденное по признакам нарушения Публичным акционерным обществом «Норвик Банк» (далее по тексту – ПАО «Норвик Банк») (<...> ОГРН <...>) п. 20 ч. 3 ст. 5, ст. 9, ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») при транслировании 10 октября 2016 г. в 14:35 радиопередачи «<...>» на радио «<...>» на частоте 101.0 МГц., в которой шла речь о платежной системе <...>, о заключении Вятка Банком соглашения с международной платёжной системой <...>, а также о банковских и финансовых услугах, предоставляемых Вятка Банком (стенография от 09.12.2016 г.);

УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС России поступило обращение физического лица о нарушении, по мнению заявителя, законодательства о рекламе при транслировании 10 октября 2016 в 14:35 радиопередачи «<...>», специализирующейся на сообщениях и материалах рекламного характера, на радио «<...>» на частоте 101.0 МГц., в которой шла речь о платежной системе <...>, о заключении <...> соглашения с международной платёжной системой <...>, а также о банковских и финансовых услугах, предоставляемых <...>.

Определением от 09.12.2017 г. Кировским УФАС России возбуждено дело № 85/04-

16р в отношении ПАО «Норвик Банк», по признакам нарушения п. 20 ч. 3 ст. 5, ст. 9, ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», рассмотрение назначено на 09.01.2017 г.

Определением от 09.01.2017 г. срок рассмотрения был продлен, рассмотрение дела № 85/04-16р отложено, в связи с поступлением ходатайства от ПАО «Норвик Банк» об отложении рассмотрения дела, которое Комиссией было удовлетворено. Рассмотрение дела назначено на 25.01.2017 г.

Определением от 25.01.2017 г. рассмотрение дела было отложено, в связи с необходимостью получения дополнительных документов от лиц, участвующих в деле. Рассмотрение назначено на 21.02.2017 г.

Заявитель – физическое лицо, уведомленный надлежащим образом о дате, месте и времени рассмотрения дела, явку на заседание Комиссии не обеспечил.

Ответчик – ПАО «Норвик Банк» на рассмотрение дела № 85/04-16р обеспечил явку представителя по доверенности от 02.11.2016 г. № 9159 <...>, документы, запрошенные Управлением, представил в полном объеме.

На заседании Комиссии Кировского УФАС России представитель по доверенности от ПАО «Норвик Банк» - <...> поддержал ранее представленные в материалы дела письменные пояснения, факт нарушения не признал.

Изучив материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, транслировавшаяся 10 октября 2016 в 14:35 в радиопередаче «<...>и», специализирующейся на сообщениях и материалах рекламного характера, на радио «<...>» на частоте 101.0 МГц. (стенография от 09.12.2016 г.), адресована неопределенному кругу лиц (слушателям радио), поскольку радиовещание – это технология передачи по радио неограниченному числу слушателей [речи](#), [музыки](#) и других звуковых эффектов или звуковой информации в радиоэфире, также в проводных сетях ([проводное радиовещание](#)) или в сетях с пакетной коммутацией (в компьютерных сетях — [интернет-радио](#)), что делает ее неперсонифицированной, при этом невозможно определить заранее, какие конкретно лица будут выступать в качестве получателя данной информации, не может быть определен и конкретный субъект правоотношений, возникающих по поводу реализации (приобретения) объекта рекламирования. Направлена информация на привлечение внимания

покупателей к объекту рекламирования (банк ПАО «Норвик Банк» <...>) платежная система <...> и стимулирующее мероприятие - Акция «<...>»).

Используя в рекламе такие фразы, как: «я пользуюсь кредитной карточкой <...> и мне очень нравится честный льготный период, в течение 55 дней я могу вернуть кредит без процентов; я довольна, и она всегда меня выручает; я в восторге от этой карточки; нет никаких проблем; с 1 числа начинается огромная общестрановая акция <...>, в которой, вы можете, рассчитываясь картой, регистрировать чеки на промо сайте, набирать определенные баллы и вы можете выиграть главный приз – поездку на матч континентальной хоккейной лиги; уже можете начинать все это делать. Берите карту, рассчитывайтесь картой, регистрируйте чеки, там еще куча вспомогательных призов; А идти за карточкой <...> <...> можно уже сейчас? Да, можно сейчас. Вот слушайте передачу, передача закончится, и до ближайшего офиса <...>; Вы ни в чем не проиграете, а только выиграете.» рекламодатель способствует формированию интереса к рекламируемым услугам (финансовым услугам ПАО «Норвик Банк» и Акции от ПАО «Норвик Банк» совместно с <...>) и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

В этой связи Комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу о том, что указанная радиопередача не может быть признана исключительно редакционным материалом (интервью), поскольку содержит сведения рекламного характера.

При рассмотрении дела установлено, что финансовую услугу - «кредит» предоставляет ПАО «Норвик Банк», что подтверждается типовым Договором о комплексном банковском обслуживании физических лиц в ПАО «Норвик Банк», введенным в действие с 01.03.2012 г. Распоряжением от 29.02.2012 г. № 023-Н, с последними изменениями от 05.09.2016 г. Распоряжением № 121-Н от 05.09.2016 г. и приложениями к нему, представленными в материалы дела (программа кредитования «карта с кредитным лимитом «<...>», Приложение 1.4 к СТБ-70-2014»). Документы и пояснения представлены в материалы дела 10.01.2017 г. вх. № 63.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона № 135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции» к финансовым организациям относятся хозяйствующие субъекты, оказывающие финансовые услуги.

Хозяйствующий субъект - коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход.

Согласно пункту 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.

В силу части 1 статьи 819 Гражданского кодекса РФ (далее – ГК РФ) по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

При этом кредит является одной из форм размещения денежных средств, которая в силу пункта 2 части 1 статьи 5 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О

банках и банковской деятельности», относится к банковским операциям.

Анализ указанных норм в совокупности с понятием финансовой услуги, установленной Федеральным законом от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», позволяет сделать вывод о том, что оказываемые кредитными организациями (банками) услуги по привлечению денежных средств (кредиты) являются финансовыми услугами.

Комиссия делает вывод о том, что спорная реклама может быть расценена как реклама финансовой услуги, поскольку в ней рекламируются банковские карты с кредитным лимитом от ПАО «Норвик Банк» (<...>), что связано с привлечением денежных средств физических лиц, следовательно, на нее распространяются требования ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального 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.

Согласно ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом от 21.12.2013 N 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» для заемщика и влияющие на нее.

Часть рекламной информация: «<...>. Мария: «Добрый день, вот уже два года я пользуюсь кредитной карточкой <...> и очень нравится честный льготный период. В течение 55 дней я могу вернуть кредит без процентов. Если честно, очень выручает при мелких покупках. Также вот еще в отличие от кредита платеж в месяц всего 5 процентов от суммы потраченных мною кредитных средств. На самом деле это очень выгодно, когда заработная плата непостоянная. Еще я в восторге от этой карточки, потому что мне очень нравится её дизайн, у меня золотая карта gold. Часто кассиры, продавцы, обращают на нее внимание. Все покупки быстро оплачиваются, что в магазине и либо интернете. Нет никаких проблем. Сразу же мне приходит оповещение об операции. Это очень удобно. Поэтому все расходы я контролирую. Мне очень нравится эта карточка, я довольна, и она всегда меня выручает.». <...>: Продолжаем наш разговор. <...>» содержит только часть условий по заключению договора (программа кредитования «карта с кредитным лимитом «<...>», представленная в материалы дела ПАО «Норвик Банк» вх. № 63 от 10.01.2017 г.), а именно: льготный период кредитования (55 дней) и размер минимального ежемесячного платежа по карте с кредитным лимитом (5% от задолженности по карте), иные же условия оказания соответствующей финансовой услуги (размер процентной ставки по кредиту после окончания льготного периода, сумма кредита (и лимита) и др.) в рекламной информации не указаны. Данные условия влияют на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся финансовыми услугами лица.

Статья 432 ГК РФ к существенным относит условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», при этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 указанного закона.

Учитывая изложенное, 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 полную стоимость кредита и влияющие на нее.

Исходя из анализа положений Федерального закона «О рекламе», целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге). Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Поскольку в рекламе указывается финансовая услуга – «кредит», которая направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой, в том числе, не перечисленные условия.

Таким образом, спорный рекламный модуль умалчивает об иных условиях оказания соответствующей услуги, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, а также не содержит необходимых условий, определяющих полную стоимость кредита и влияющих на нее, и размещен с нарушением п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В материалах дела имеются пояснения ПАО «Норвик Банк» (вх. № 63 от 10.01.2017 г.) о том, что вся передача выходила в записи, звонок Марии (клиентке <...>) был осуществлен журналистом радио «<...>», однако на заседании Комиссии, состоявшемся 25.01.2017 г., представитель ПАО «Норвик Банк» <...> пояснял, что интервью Марии было представлено рекламодателем в записи. Данную информацию подтверждают документы, поступившие от радио «<...>» ООО «Интер Медиа», в частности пояснительная записка от звукорежиссера <...> от 17.02.2017 г., в которой указано, что данная запись интервью была представлена на электронном носителе представителем ПАО «Норвик Банк».

Довод ПАО «Норвик Банк» о том, что <...> Мария не является сотрудником <...>

>Банка ПАО «Норвик Банк» не доказывает тот факт, что интервью было взято журналистом радио «<...>» во время эфира, поскольку вышеуказанные документы свидетельствуют о том, что Обществу было известно содержание телефонного разговора с Марией, так как данную запись Общество представило для размещения в эфире радиопередачи.

На основании изложенного Кировским УФАС России сделан вывод о том, что ПАО «Норвик Банк» самостоятельно сформировало данный монолог (интервью Марии), либо ему было заранее известно (до выхода в эфир) о содержании данного интервью, в частности, о всех перечисленных в нем условиях пользования (финансовой услугой) кредитной картой с льготным периодом.

Таким образом, спорная рекламная информация, транслировавшаяся 10 октября 2016 в 14:35 в радиопередаче «<...>», специализирующейся на сообщениях и материалах рекламного характера, на радио «Киров Град» на частоте 101.0 МГц., не соответствует требованиям п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее – стимулирующее мероприятие), должны быть указаны сроки проведения такого мероприятия.

В рекламной информации упоминается стимулирующее мероприятие, проводимое Мастер Кард совместно с ПАО «Норвик Банк» (<...>Банк): «<...>....<...>: ...кстати говоря, с 1 числа начинается огромная общестрановая акция <...><...>, в которой, вы можете, рассчитываясь картой, зарегистрировать чеки на промо сайте, набирать определенные баллы и вы можете выиграть главный приз – поездку на матч континентальной хоккейной лиги. <...>: Ух-ты. <...>: Да, причем не просто поездку, это будет целая, ну скажем так, программа, целый сюрприз для вас. То есть это будет посещение собственно самой игры, да какая-то и еще околоспортивная программа, то есть это не просто билет на игру. <...>: Где конкретно игра пройдет? <...>: Я щас точно не могу сказать, потому что там игр-то много, призов много, то есть для каждого клиента будет выбрана какая-то игра, на которую ему будет удобно посетить, да. И там его, как бы, возьмут на поруки сотрудники <...>и, так сказать, устроят для него маленький хоккейный праздник. <...>: С первого октября, да, вы говорили? <...>: Да, с первого октября, стартует эта акция. Уже можете начинать все это делать. Берите карту, рассчитывайтесь картой, регистрируйте чеки, там еще куча вспомогательных призов. Эта акция поддерживается различными торговыми предприятиями, включая, <...>, то есть там без призов, ну, каждому, может быть, не достанется, но наиболее активные точно получают там какие-то привилегии, ну а самый главный приз – это, конечно, вот это вот незабываемое путешествие – окунуться в хоккейный мир, то есть пообщаться с игроками, да, иметь возможность лично сделать селфи со звездами <...>. Я думаю, для людей, которые любят хоккей, болеют хоккеем – это бесценно <...> <...>: Спасибо за этот компетентный разговор.<...>».

Согласно Правилам проведения и условиям участия в Акции «<...>», организатором которого является ООО «ТМА Маркетинг Сервисез», (информатором указанного мероприятия согласно клиентскому договору № DL073659, вступившему силу с 01.07.2016 г., является ПАО «Норвик Банк»), а именно,

пункту 2, 3 принять участие в акции могут держатели карт <...> с 01.10.2016 г. – 30.11.2016 г. Общий срок с 01.10.2016 г. по 31.05.2017 г.

На основании изложенного, Комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламируемое мероприятие по своей природе и сущности является стимулирующим мероприятием, а, следовательно, реклама такого мероприятия должна соответствовать требованиям части 1 статьи 9 Федерального закона «О рекламе», то есть требованиям об указании на сроки его проведения.

Установлено, что в конце радиопередачи после музыкального проигрыша указана информация: *«ПАО «Норвик Банк», информация об организаторе мероприятия и правилах его проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения можно узнать в любом офисе банка, на сайте или по телефону 8 800 1000 1 77.»*, то есть требования ч. 2 ст. 9 Федерального закона «О рекламе» соблюдены.

ПАО «Норвик Банк» (<...>) привлекает внимание к участию в акции и розыгрышу призов, обозначенных в рекламе. При этом, в спорной рекламе была указана лишь дата начала акции (01.10.2016 г.), но не весь срок проведения стимулирующего мероприятия.

Таким образом, размещение рекламы без указания такого периода фактически лишает лицо, воспринимающее данную рекламу, информации, необходимой для участия в акции.

В связи с чем, сведения до потребителя рекламы доведены не в надлежащей форме и могут привести к утрате важной для потенциального участника стимулирующего мероприятия информации.

Комиссия делает вывод, что спорная рекламная информация, транслировавшаяся 10 октября 2016 в 14:35 в радиопередаче «<...>», специализирующейся на сообщениях и материалах рекламного характера, на радио «Киров Град» на частоте 101.0 МГц., не соответствует требованиям ч. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец и рекламодатель.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: договора № 45/1 от 23.05.2016 г., заключенного между ПАО «Норвик Банк» (заказчик) и ООО «Интер Медиа» (исполнитель, изготовитель), платежного поручения № 4414 от 12.10.2016 г., счета на оплату № 8/33 от 27.09.2016 г., акта № 8/33 от 31.10.2016 г. на участие в радиопередаче в эфире радиопрограммы «Радио «<...>» в октябре 2016 г., а также объяснений представителя ПАО «Норвик Банк» <...> следует, что заказчиком и рекламодателем является ПАО «Норвик Банк», определившее объект рекламирования и осуществившее заказ рекламы.

Таким образом, действия ПАО «Норвик Банк» (<...>), выразившиеся в определении

содержания рекламной информации, не соответствуют требованиям ч. 1 ст. 9, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия Кировского УФАС России считает, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ПАО «Норвик Банк».

Изучив имеющиеся в материалах дела документы, Комиссией Кировского УФАС России сделан вывод об отсутствии в действиях ПАО «Норвик Банк» факта нарушения части 1 статьи 28, пункта 20 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела не представлено документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать ПАО «Норвик Банк» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

На основании ч. 6 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение распространение кредитной организацией рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержащей хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, без указания всех остальных условий, определяющих полную стоимость кредита (займа) для заемщика и влияющих на нее, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двадцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до восьмисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1, ч. 6 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ПАО «Норвик Банк» (ИНН <...>, ОГРН <...>) и должностного лица.

Руководствуясь ст. 3, ч. 1 ст. 9, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28, ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, транслировавшуюся 10 октября 2016 г. в 14:35 в радиопередаче «<...>» на радио «<...>» на частоте 101.0 МГц. (стенография от 09.12.2016 г.), в которой отсутствует информация о сроках проведения стимулирующего мероприятия, а также отсутствует информация об иных условиях, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица,

поскольку она не соответствует требованиям ч. 1 ст. 9, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать предписание об устранении нарушения законодательства РФ о рекламе Публичному акционерному обществу «Норвик Банк» (ИНН <...>, ОГРН <...>).

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1, ч. 6 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении в отношении ПАО «Норвик Банк» и должностного лица ПАО «Норвик Банк».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 131 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации.