



ПЕРВЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД

Березина ул., д. 4, г. Владимир, 600017

<http://1aas.arbitr.ru>, тел/факс: (4922) телефон 44-76-65, факс 44-73-10

П О С Т А Н О В Л Е Н И Е

г. Владимир

26 августа 2014 года

Дело № А79-2037/2014

Резолютивная часть постановления объявлена 21.08.2014.

Постановление в полном объеме изготовлено 26.08.2014.

Первый арбитражный апелляционный суд в составе:

председательствующего судьи Смирновой И.А.,

судей Захаровой Т.А., Протасова Ю.В.,

при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Лукашовой Д.В.,

рассмотрел в открытом судебном заседании апелляционную жалобу КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА «Инвестрастбанк» (открытое акционерное общество) (ОГРН 1087711000035, ИНН 7750004295, г. Москва, ул. Шумкина, д. 20, стр. 1)

на решение Арбитражного суда Чувашской Республики - Чувашии от 03.06.2014

по делу № А79-2037/2014,

принятое судьей Афанасьевым А.А.

по заявлению КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА «Инвестрастбанк» (открытое акционерное общество)

о признании недействительным решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике – Чувашии от 19.12.2013 по делу № 48-Р-2013,

при участии:

от КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА «Инвестрастбанк» (открытое акционерное общество) – Поповой Н.Н. по доверенности от 05.02.2014 № 137/Д,

и установил:

КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК «Инвестрастбанк» (открытое акционерное общество) (далее – Банк, заявитель) обратился в Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии с заявлением о признании недействительным решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии (далее – Управление, антимонопольный орган) от 19.12.2013 по делу № 48-Р-2013.

В качестве третьих лиц, не заявляющих самостоятельные требования на предмет спора, привлечены общество с ограниченной ответственностью «Шупашкартранс-К» (далее – ООО «Шупашкартранс-К») и общество с ограниченной ответственностью «Инвент» (далее – ООО «Инвент»).

Решением от 03.06.2014 Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии отказал заявителю в удовлетворении требования.

Банк не согласился с принятым решением арбитражного суда первой инстанции и обратился в Первый арбитражный апелляционный суд с апелляционной жалобой, в которой просит его отменить в связи с несоответствием выводов суда, имеющих значение, обстоятельствам дела и принять по делу новый судебный акт.

Представитель Банка в судебном заседании поддержал доводы апелляционной жалобы.

Иные лица, участвующие в деле и извещенные надлежащим образом о времени и месте рассмотрения апелляционной жалобы, представителей в судебное заседание не направили.

Управление в отзыве на апелляционную жалобу просит в ее удовлетворении отказать, решение суда первой инстанции - оставить без изменения, а также заявило ходатайство о рассмотрении апелляционной жалобы без его участия.

Законность и обоснованность решения Арбитражного суда Чувашской Республики-Чувашии от 03.06.2014 проверены Первым арбитражным апелляционным судом в порядке, предусмотренном в статье 266 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Изучив материалы дела, выслушав представителя Общества, суд апелляционной инстанции не нашел оснований для отмены обжалуемого решения.

Как усматривается из материалов дела и установил суд первой инстанции, в ходе осуществления контроля за соблюдением требований действующего законодательства о рекламе Управлением выявлен факт распространения Банком рекламы банковских услуг на щитовой рекламной конструкции, установленной перед перекрестком ул. Эльменя и ул. Энтузиастов (нечетная сторона) города Чебоксары, на которой размещена реклама следующего содержания: «Банк ИТБ 8-800-555-00-77 www.bankitb.ru. Кредит 100 000 руб. за 10 мин. «Деньги под рукой». Сделайте себе подарок! г. Чебоксары, пр. Ленина, д. 51, тел.: (8352) 55-12-04», выполненного крупным шрифтом, остальной текст указан мелким, трудным для восприятия шрифтом.

05.11.2013 Управление возбудило в отношении Банка дело № 48-Р-2013.

По результатам рассмотрения данного дела Управление вынесло решение от 19.12.2013, которым признало распространенную рекламу ненадлежащей, а Банк - нарушившим часть 7 статьи 5 и пункт 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Банк не согласился с решением Управления и обратился в арбитражный суд с настоящим заявлением.

В соответствии с частью 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) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, 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.

Частью 4 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации установлено, что при рассмотрении дел об оспаривании ненормативных правовых актов, решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц арбитражный суд в судебном заседании осуществляет проверку оспариваемого акта или его отдельных положений, оспариваемых решений и действий (бездействия) и устанавливает их соответствие закону или иному нормативному правовому акту, устанавливает наличие полномочий у органа или лица, которые приняли оспариваемый акт, решение или совершили оспариваемые действия (бездействие), а также устанавливает, нарушают ли оспариваемый акт, решение и действия (бездействие) права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Таким образом, для признания ненормативного акта недействительным, решения и действия (бездействия) незаконными необходимо наличие одновременно двух условий: несоответствие их закону или иному нормативному правовому акту и нарушение прав и законных интересов заявителя в сфере предпринимательской или иной экономической деятельности.

Частью 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе предусмотрено, что антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения.

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).

Следовательно, осуществляя государственный контроль в сфере рекламы, антимонопольный орган действует в пределах установленных полномочий.

В силу статьи 4 Закона о рекламе отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы регулируются настоящим Федеральным законом, а также принятыми в соответствии с настоящим Федеральным законом иными федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации.

В соответствии со статьей 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, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; объект рекламирования - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из содержания распространенной Банком информации, с учетом ее размещения на рекламной конструкции, следует, что таковая является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к Банку как объекту рекламирования, формирование поддержания интереса к нему и его продвижению на рынке.

В соответствии с частью 4 статьи 3 Закона о рекламе под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама 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.

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе предусмотрено, что реклама банковских и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из этих условий.

Согласно части 3 указанной нормы, 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.

Исходя из анализа приведенных нормативных положений, 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. 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.

Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге).

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 27.06.2006 № 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; финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в том числе кредитный потребительский кооператив.

Проанализировав распространяемую Банком рекламу, антимонопольный орган и суд первой инстанции установили, что спорная реклама размещена на рекламной конструкции, установленной вдоль проезжей части дороги (на перекрестке улиц).

Часть информации «Банк ИТБ 8-800-555-00-77 www.bankitb.ru г. Кредит 100 000 руб. за 10 мин. «Деньги под рукой». Сделайте себе подарок! г. Чебоксары, пр. Ленина, д. 51, тел.: (8352) 55-12-04» выполнена крупным шрифтом, а иная часть *Кредит в форме овердрафта по счету карт, выпущенных Банком, с возобновляемым кредитным лимитом. При указанном кредитном лимите базовая процентная ставка 28 % годовых; срок действия кредитного лимита до 36 месяцев, но не более срока действия

счета карты, снятие наличными и безналичными перевод кредитных средств в соответствии с тарифами Банка ** 10 минут минимальный срок принятия решения. Рекламодаватель - ООО «Инвент». Банк ИТБ (ОАО), г. Москва, ул. Шумкина, д. 20 стр. 1, лицензия ЦБ РФ № 3128 от 25.03.2008. Реклама» - мелким, трудным для восприятия шрифтом и занимает около 20 % рекламной площади.

В данном случае рассматриваемая реклама является наружной, а значит, предназначена для импульсного восприятия потребителями размещенной на ней информации (относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания). Информация, выполненная крупным шрифтом, настолько ярко выражена в рекламе, что по сравнению с иной существенной информацией о рекламируемой услуге воспринимается и уясняется человеком импульсивно, с первого взгляда на дальнем расстоянии. Остальная существенная информация о рекламируемой услуге, об условиях ее предоставления фактически нечитаема.

Суд апелляционной инстанции считает, что необходимо учитывать совокупность обстоятельств размещения рекламы, таких как: размер рекламной конструкции; место расположения (около автомобильной дороги); высота расположения рекламной конструкции (не на уровне глаз потребителя); вид рекламы (наружная); соотношение размера шрифта, использованного при описании привлекательных для потребителя условий и иных существенных условий; размер (мелкий, нечитаемый) шрифта, которым написаны существенные условия предоставляемой услуги, лишает возможности потребителей получить полный текст (информацию) рекламы об условиях оказываемой услуги.

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, вследствие чего искажается действительная стоимость рекламируемых услуг в период ее распространения.

При этом формальное присутствие в рекламе условий предлагаемой услуги, не позволяющих потребителю воспринимать их ввиду того, что они выполнены мелким нечитаемым шрифтом, в том числе условий выдачи кредита и процентных ставок по нему, не может рассматриваться как наличие этих условий.

Таким образом, потребитель лишен возможности получения информации в полном объеме, вводится в заблуждение относительно условий приобретения финансовой услуги.

При этих условиях спорная реклама правомерно квалифицирована антимонопольным органом и судом первой инстанции в качестве ненадлежащей, а потому выводы о нарушении Банком части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе являются правильными.

Материалами дела подтверждается, что в силу положений пункта 5 статьи 3, части 6 статьи 38 Закона о рекламе Банк является рекламодателем спорной рекламы, следовательно, именно он несет ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

Доводы Банка о том, что оно не может быть субъектом вменяемого нарушения, поскольку исполнитель спорной рекламы ООО «Инвент» в самостоятельном порядке изменило согласованный макет рекламы, признаются несостоятельными.

Доказательства, свидетельствующие о том, что Общество как заказчик спорной рекламы предприняло все зависящие от него меры по соблюдению требований законодательства о рекламе, в частности, путем осуществления контроля за размещением именно той рекламной информации, которая была согласована, в материалы дела не представлены.

В силу статьи 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации арбитражный суд оценивает доказательства по своему внутреннему убеждению, основанному на всестороннем, полном, объективном и непосредственном исследовании имеющихся в деле доказательств. Арбитражный суд оценивает относимость, допустимость, достоверность каждого доказательства в отдельности, а также достаточность и взаимную связь доказательств в их совокупности.

Повторно исследовав представленные в материалы дела доказательства в их совокупности и взаимной связи, суд апелляционной инстанции с учетом фактических обстоятельств и приведенных норм права пришел к итоговому выводу о том, что оспариваемое решение вынесено

уполномоченным органом, соответствует действующему законодательству и не нарушает права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

В нарушение статьи 65 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации иное Банком не доказано.

Приведенные в апелляционной жалобе доводы судом рассмотрены и признаны несостоятельными, не опровергающими установленные по делу обстоятельства и сделанные на их основе выводы.

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) органов, осуществляющих публичные полномочия, 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.

При этих условиях суд первой инстанции правомерно отказал Банку в удовлетворении требования.

Основания для отмены обжалуемого решения Арбитражного суда Чувашской Республики-Чувашии отсутствуют.

Нарушений норм процессуального права, являющихся в соответствии с частью 4 статьи 270 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в любом случае основаниями для отмены решения арбитражного суда первой инстанции, не установлено.

На основании изложенного апелляционная жалоба Общества по приведенным в ней доводам удовлетворению не подлежит.

Руководствуясь статьями 268, 269, 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Первый арбитражный апелляционный суд

ПО С Т А Н О В И Л:

решение Арбитражного суда Чувашской Республики - Чувашии от 03.06.2014 по делу № А79-2037/2014 оставить без изменения, апелляционную жалобу КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА «Инвестрастбанк» (открытое акционерное общество) - без удовлетворения.

Постановление вступает в законную силу со дня его принятия.

Постановление может быть обжаловано в Арбитражный суд Волго-Вятского округа в двухмесячный срок со дня его принятия.

Председательствующий судья

И.А. Смирнова

Судьи

Т.А. Захарова

Ю.В. Протасов