



АРБИТРАЖНЫЙ СУД КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ
156961, г. Кострома, ул. Долматова, д. 2
E-mail: info@kostroma.arbitr.ru
<http://kostroma.arbitr.ru>

Именем Российской Федерации

Р Е Ш Е Н И Е

Дело № А31-10797/2013

г. Кострома

24 января 2014 года

Резолютивная часть решения объявлена 22 января 2014 года.

Полный текст решения изготовлен 24 января 2014 года.

Судья Арбитражного суда Костромской области Максименко Любовь Алексеевна при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Огарковой Е.М.,
при участии в судебном заседании:

от заявителя: Ребриков А.В., паспортные данные в протоколе, доверенность от 14.03.2013 № 14-03-19/юр, Ни Ю.Г., паспортные данные в протоколе, доверенность № 18-04-13/01ю;

от ответчика: Баданова И.Н., удостоверение № 7949, доверенность от 15.05.2013 № 9;

рассмотрев заявление Общества с ограниченной ответственностью «АПР-Сити/ТВД», Московская область, г. Видное, ОГРН 1037739332564, ИНН 7703225956, к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Костромской области, г. Кострома, о признании незаконными решения и предписания от 30.08.2013, принятых по делу № ВД 07-47/1157,
установил:

Общество с ограниченной ответственностью «АПР-Сити/ТВД» (далее – заявитель, Общество, ООО «АПР-Сити/ТВД»), Московская область, г.

Видное, обратилось в суд с заявлением к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Костромской области (далее – Костромское УФАС) о признании недействительными решения и предписания от 30.08.2013.

В судебном заседании заявитель пояснил суду, что в ходе проведенной Костромским УФАС России документарной внеплановой проверки соблюдения ООО «АПР-Сити/ТВД» требований законодательства о рекламе выявлен факт нарушения Обществом, являющимся рекламодателем рекламы «Россельхозбанк» * Кредит на миллион 1000000 от 12,5% * 156000, г.Кострома, пр. Мира, д.6, (4942) 31-12-54 * 8 800 200 02 90 * www.rshb.ru», размещенной с помощью рекламной конструкции по адресу: г.Кострома, ул.И.Сусанина, д.76/ул.Свердлова, требований части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в части обязательного указания наименования лица, оказывающего банковские услуги. Костромским УФАС России принято в отношении ООО «АПР-Сити/ТВД» соответствующее решение от 30.08.2013, Обществу выдано предписание от 30.08.2013 о прекращении нарушения законодательства о рекламе. По мнению антимонопольного органа, в спорной рекламе нечитаемым шрифтом включено наименование организационно-правовой формы юридического лица. Полагая, что данное заключение комиссии антимонопольного органа не основано на объективных критериях оценки данного обстоятельства (не выполнены соответствующие замеры, а нечитаемость текста определена визуально), не исследована вина Общества как распространителя, ООО «АПР-Сити/ТВД» оспорило данное решение и предписание Костромского УФАС России в суде.

Антимонопольный орган заявленные требования не признал. Обжалуемые решение и представление считает законными и обоснованными. Подробно позиция антимонопольного органа изложена в отзыве на заявление.

В судебном заседании установлены следующие обстоятельства.

03.04.2013 при мониторинге наружной рекламы, распространенной на территории города Костромы, по ул. Сусанина, д.76/ ул.Свердлова обнаружено средство стабильного территориального размещения (рекламная конструкция 3х6 кв.м), с помощью которой распространяется реклама ОАО «Россельхозбанк» по предоставлению кредита на миллион по ставке 12,5% годовых.

Рекламодателем указанной рекламы является ОАО «Россельхозбанк», рекламораспространителем – ООО «АПР-Сити/ТВД», Московская область, г.Видное.

Руководителем Костромского УФАС вынесено распоряжение 30.04.2013 № 48 о проведении внеплановой документарной проверки ООО –АПР-Сити/ТВД» по вопросу соблюдения Обществом требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Согласно материалам дела, ответа рекламопроизводителя рассматриваемой рекламы - ИП Перминова Д.В., исх. №10 от 16.05.2013, информация, которая содержит наиболее привлекательные для потребителя условия «Россельхозбанк» (высота (далее – h) заглавной буквы «Р» = 13,5 см, h букв «оссельхоз» = 10,6см, h заглавной буквы «Б» = 13,8 см, h букв «анк» = 10,6 см) * Кредит (h буквы «К» = 22,2 см, h буквы «Р» = 22,2 см, h буквы «Е» = 22,1 см, h буквы «Д» = 25,8 см, h буквы «И» = 22,2 см, h буквы «Т» = 22,1 см) на миллион (h = 11,8 см) 1000000 (h цифры «1» = 36,8 см, h цифр «000000» = 37,6 см) от 12,5% (h = 20,4 см)* 156000, г.Кострома, пр. Мира, д. 6, (4942) 31-12-54* 8 800 200 0290* www.rshb.ru», указана крупным шрифтом, видимым с дальнего расстояния.

В нижней части рекламной площади под привлекаемыми условиями отражена мелким, нечитаемым шрифтом информация по предоставлению денежных средств в кредит на 1 000 000 руб. под 12,5% годовых, а именно: «С 10.01.2013 по 10.04.2013 потребительский кредит на срок до 6 месяцев включительно на сумму до 1000000 рублей предоставляется гражданам РФ в возрасте от 18 лет при условии, что срок возврата кредита наступает до

достижения ими возраста 65 лет и страховании жизни и здоровья. При отсутствии страхования жизни и здоровья ставка составит 14,5% годовых. Валюта кредита – рубли. Обеспечение по кредиту: поручительство физических либо юридических лиц или залог имущества. Комиссии за выдачу и возврат кредита отсутствуют».

Перпендикулярно мелкому, нечитаемому тексту с левой стороны (боковое поле) текста указано наименование юридического лица, оказывающего финансовую услугу - ОАО «Россельхозбанк» (h заглавных букв = 5,3 см, h строчных букв = 4 см).

Перпендикулярно мелкому, нечитаемому тексту с правой стороны (боковое поле) указаны сведения о наличии лицензии - генеральная лицензия Банка России №3349 (h заглавных букв = 5,3 см, h строчных букв = 4 см).

Формальное присутствие в рекламе рассматриваемых сведений не позволяет потребителю их воспринимать, следовательно, не может расцениваться как их наличие.

Таким образом, из доступной для потребителя информации, указанной крупным шрифтом, следует, что кредитная организация под коммерческим обозначением «Россельхозбанк» может предоставить кредит в размере 1000000 руб. по процентной ставке от 12,5% .

По мнению Костромского УФАС России, в рассматриваемом случае рекламодателем используется в рекламе такой визуальный прием, как неодинаковый размер шрифта размещаемой информации, которая касается одной финансовой услуги – размещение привлеченных во вклады (до востребования и на неопределенный срок) денежных средств физических и юридических лиц от своего имени и за свой счет (кредитование).

Данные обстоятельства послужили основанием для принятия комиссией Костромского УФАС России решения от 30.08.2013, в соответствии с которым реклама кредита «КРЕДИТ на 1000000 от 12,5%» предоставляемого ОАО «Россельхозбанк», распространяющаяся с помощью наружной рекламной конструкции (сторона А) по адресу: г.Кострома, ул. И.Сусанина,

д.76/ ул.Свердлова, принадлежащей рекламодателю - ООО «АПр-Сити/ТВД», ненадлежащей, поскольку нарушены требования части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Обществу выдано предписание от 30.08.2013 о прекращении в срок до 20.10.2013 распространения любыми способами рекламу финансовых услуг, противоречащую требованиям части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

ООО «АПр-Сити/ТВД» оспорило решение и предписание антимонопольного органа в суде.

Изучив представленные доказательства, выслушав мнения сторон, суд считает заявленные требования не подлежащими удовлетворению.

В соответствии с частью 1 статьи 198, частью 4 статьи 200, частью 2 статьи 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации для удовлетворения требований о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц необходимо наличие двух условий: несоответствие их закону или иному нормативному правовому акту, а также нарушение прав и законных интересов заявителя.

К отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, применяется Закон о рекламе (часть 1 статьи 2 Закона о рекламе).

При этом целями Закона о рекламе согласно статье 1 помимо прочих являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 36 Закона о рекламе антимонопольный 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 настоящим Федеральным законом.

Согласно части 3 указанной статьи предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

Пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что 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 (пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе).

Выявленная в ходе проверки размещенная на спорной рекламной конструкции информация отвечает всем признакам, указанным в пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе, соответственно, является рекламой банковских услуг.

В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического

лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Согласно статье 7 Федерального закона от 02.12.1990 N 395-1 "О банках и банковской деятельности" кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Кредитная организация вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках. Иные требования к фирменному наименованию кредитной организации устанавливаются Гражданским кодексом Российской Федерации.

Наименование юридического лица включает указание на его организационно-правовую форму и указывается в учредительных документах юридического лица (пункты 1, 3 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации).

Согласно материалам дела Россельхозбанк имеет полное наименование – Открытое акционерное общество «Российский Сельскохозяйственный банк», а сокращенное – ОАО «Россельхозбанк».

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе установлено, что нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение, в том числе части 1 статьи 28 данного закона.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Закона о рекламе).

Материалами дела подтверждается, что ОАО "Россельхозбанк» является организацией, оказывающей банковские услуги, между данным Обществом и ООО «АПР-Сити/ТВД» заключен договор оказания услуг от 14.02.2013 № 22292 KMTVD на выполнение услуг по размещению согласованной рекламной информации в форме плакатов (Постеров). Содержание рекламной информации – торговая марка, товарный знак, знак обслуживания, фирменное наименование или иное средство идентификации рекламодача или его товаров, работ или услуг согласовываются сторонами.

Следовательно, ООО «АПР-Сити/ТВД» является рекламодателем. Обществом распространена реклама банковских услуг, однако, формально присутствующая в рекламе и отраженная мелким шрифтом информация о наименовании лица, оказывающего банковские услуги, не позволяет потребителю воспринимать ее при ознакомлении с текстом рекламы, соответственно, не может считаться имеющейся. Спорная реклама, являясь наружной, предназначена для импульсивного восприятия информации потребителями, что предполагает необходимость наличия возможности относительно быстрого и четкого прочтения предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания.

При таких обстоятельствах указанное мелким шрифтом наименование кредитной организации, оказывающей банковскую услугу, и выбранный способ исполнения данного наименования не может считаться присутствующим в спорной рекламе, что свидетельствует о нарушении заявителем части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Довод заявителя о том, что вывод о нечитаемости текста в спорной рекламе сделан антимонопольным органом самостоятельно без обоснования данного факта, несостоятелен, так как то обстоятельство, что в Законе о рекламе не прописан размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта на распространяемой рекламе может быть любым. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и

достоверной информации. Данная реклама не должна вводить потребителя в заблуждение относительно условий предоставления и пользования данной кредитной программой.

Какие-либо официальные правила и методики расчета, обязательные к применению антимонопольным органом при оценке рекламы, действующим законодательством о рекламе не предусмотрены. Закон о рекламе также не устанавливает размер шрифта либо методики расчета для установления возможности восприятия потребителем размещенной рекламы.

При этом, необходимо учитывать что реклама, распространяемая с использованием средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций) направлена на ее импульсивное восприятие потребителями с дальнего расстояния. Учитывая место расположение рекламной конструкции, необходимость восприятия рекламы со значительного расстояния, ограниченное время считывания рекламной информации, неодинаковый размер шрифта, которым указана привлекательная для потребителя информация о рекламируемой услуге и обязательная в силу требований Закона о рекламе для рекламы финансовых услуг информация, потребитель лишен возможности полностью воспринять текст размещенной рекламы. Потенциальными потребителями рекламы являются не только пешеходы, но и автомобилисты, а также потребители с ограниченными возможностями восприятия информации.

Также не может являться обстоятельством для признания незаконными оспариваемых решения и предписания отсутствие в акте осмотра рекламной конструкции от 03.04.2013 указания на вмененное рекламораспространителю нарушение в части неуказания наименования юридического лица, оказывающего финансовую услугу. Нарушение выявлено в ходе последующего исследования содержания спорной рекламы, что не противоречит действующему законодательству и свидетельствует о визуальном невосприятии текста.

Довод заявителя о том, что у Костромского УФАС отсутствовали полномочия на возбуждение и рассмотрение дела, во внимание не принимается в силу следующего.

Исходя из Положения о Федеральной антимонопольной службе, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 N 331, и Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденного приказом Федеральной антимонопольной службы от 15.12.2006 N 324, Федеральная антимонопольная служба является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, выполняющим функции в том числе по контролю за соблюдением законодательства о рекламе и осуществляет свою деятельность непосредственно и через свои территориальные органы.

Пунктом 4 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 N 508, установлено, что в случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

В рассматриваемом случае судом установлено и материалами дела подтверждается, что реклама, распространенная ОАО «Россельхозбанк» на территории города Костромы, не идентична по своему содержанию рекламе, распространяемой на территории, подведомственной другим территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, поскольку содержит иной адрес (фактический адрес банка в городе Костроме), имеет иные реквизиты справочной службы (коды и телефонные номера). В этой связи антимонопольный орган не квалифицировал спорную рекламу как распространяемую на территории, подведомственной двум и

более территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, не передало дело в территориальный орган Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, не ходатайствовало перед Федеральной антимонопольной службой о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела, правомерно известив Московский УФАС России о возбуждении дела в отношении ООО «АПР-Сити/ТВД».

Дело рассмотрено по месту совершения установленного нарушения законодательства о рекламе. При этом, возбужденное Костромским УФАС России 02.08.2013 дело по признакам нарушения Обществом Закона о рекламе не является делом об административном правонарушении.

В соответствии со статьей 110 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации расходы, связанные с уплатой государственной пошлины, относятся на заявителя.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 167 - 170, 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, суд

РЕШИЛ:

В удовлетворении заявленных требований отказать.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд апелляционной инстанции в течение месячного срока со дня его принятия или в арбитражный суд кассационной инстанции, если такое решение было предметом рассмотрения в арбитражном суде апелляционной инстанции, через арбитражный суд Костромской области в срок, не превышающий двух месяцев со дня вступления решения в законную силу.

Судья

Л.А.Максименко