

РНПОК

104/2013-25464(1)
КОПИЯ



**ЧЕТЫРНАДЦАТЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ
АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД**

ул. Батюшкова, д.12, г. Вологда, 160001

<http://14aas.arbitr.ru>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

11 июня 2013 года

г. Вологда

Дело № А44-8517/2012

Резолютивная часть постановления объявлена 05 июня 2013 года.

В полном объеме постановление изготовлено 11 июня 2013 года.

Четырнадцатый арбитражный апелляционный суд в составе председательствующего Осокиной Н.Н., судей Мурахиной Н.В. и Смирнова В.И. при ведении протокола секретарем судебного заседания Якуненковой Е.Г.,

при участии от общества с ограниченной ответственностью «Техноград» Бурлаковой И.Ю. по доверенности от 14.05.2013,

рассмотрев в открытом судебном заседании апелляционную жалобу общества с ограниченной ответственностью «Техноград» на решение Арбитражного суда Новгородской области от 26 февраля 2013 года по делу № А44-8517/2012 (судья Ларина И.Г.),

у с т а н о в и л :

общество с ограниченной ответственностью «Техноград» (ОГРН 5067847019961; далее - общество) обратилось в Арбитражный суд Новгородской области с заявлением к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (ОГРН 1025300795552; далее - управление) о признании незаконным решения от 02.11.2012 по делу № 31.

Решением суда от 26 февраля 2013 года в удовлетворении требования общества отказано.

Общество с решением не согласилось и обратилось с апелляционной жалобой, в которой просит решение отменить. Доводы жалобы сводятся к тому, что в рекламном объявлении содержится вся существенная информация, предусмотренная законодательством Российской Федерации, а использование обществом в рекламном тексте мелкого шрифта не может вводить потребителя в заблуждение относительно финансовой услуги по предоставлению кредита. Указывает, что управление не представило доказательств невосприимчивости рекламной информации потребителем.

Управление в отзыве на апелляционную жалобу отклонило доводы, изложенные в жалобе, считает, что выводы суда соответствуют действующему

Новгородское УФАС России
Входящий № 4943
27.06.2013г.

законодательству и представленным в дело доказательствам, просит решение суда оставить без изменения, а апелляционную жалобу – без удовлетворения.

Управление о времени и месте рассмотрения апелляционной жалобы извещено надлежащим образом, представителей в суд не направило, в связи с этим жалоба рассмотрена в его отсутствие в соответствии со статьями 123, 156, 266 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее -

Заслушав объяснения представителя общества, исследовав материалы дела, проверив законность и обоснованность обжалуемого решения, суд апелляционной инстанции не находит оснований для удовлетворения апелляционной жалобы.

Как видно из материалов дела, на основании приказа управления от 18.01.2012 № 6 работниками управления 18 и 26 января 2012 года проведена внеплановая выездная проверка соблюдения законодательства о рекламе на территории Великого Новгорода.

В результате проверки установлено, что 26.01.2012 на рекламных конструкциях (щитах-билбордах), расположенных на пересечении улицы Нехинская и проспекта Мира, а также рядом с жилым домом № 3 на улице Кочетова, размещалась реклама финансовой услуги по предоставлению кредита следующего содержания: «Техношок. Не только низкие цены. Бесплатный кредит 31 рубль в день. 0 рублей. 0%, 24 месяца».

Помимо этих условий в рекламе содержится информация, исполненная мелким шрифтом белого цвета, которая раскрывает значение и смысл указанного крупным шрифтом условия «0%».

В частности указано: «Кредит предоставляется обществом с ограниченной ответственностью «Русфинанс Банк». Лицензия Центрального банка Российской Федерации от 15.02.2006 № 1792. Валюта кредита - российский рубль. Сумма кредита - от 2250 до 18 000 рублей. Первоначальный взнос - от 0 до 50%. Кредиты выдаются на приобретение товаров, подлежащих кредитованию, за исключением средств мобильной связи. Продавец предоставляет покупателям скидку цены товара, приобретаемого в кредит. Это понижает стоимость кредита так, что итоговая сумма кредита с учетом суммы процентов в совокупности не превышает первоначальной стоимости товара. Перечень товаров ограничен. Подробности покупки в кредит уточняйте у сотрудников банка в магазинах «Техношок». Банк вправе отказать покупателю в выдаче кредита без объяснения причин такого отказа. ООО «Техноград»».

Управлением также установлено, что рекламодателем указанной рекламы является общество.

Определением управления от 10.09.2012 возбуждено производство по делу № 31 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссией управления по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе 02.11.2012 вынесено решение, которым указанная реклама признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены часть 7 статьи 5 и часть 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон № 38-ФЗ).

О
предпис
Российс
Н
арбитра
С
требова
В
подпунт
антимо
Российс
осущес
соблюд
федерал
власти
законод
рассмат
Федера
решени
С
антимо
Р
форме
кругу л
формир
Ненадл
законод
П
данное
исполь
неопре
объект
его про
Ф
рынке
финанс
денежн
Федера
Е
доброс
допуск
Р
реклам
при эт
реклам

КОПИЯ
44-8517/2012

Обществу, являющемуся рекламодателем этой рекламы, выдано предписание от 02.11.2012 о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, которое обществом не оспаривается.

Не согласившись с решением управления, общество обратилось в арбитражный суд с настоящим заявлением.

Суд первой инстанции правомерно отказал в удовлетворении заявленных требований руководствуясь следующим.

В силу части 1 статьи 33, части 1 статьи 36 Закона № 38-ФЗ, подпункта 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, антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением коммерческими и некоммерческими организациями, федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления 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.

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

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 продвижению на рынке. Ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (статья 3 Закона № 38-ФЗ).

Приведенная выше реклама полностью подпадает под определение, данное в указанной норме, так как содержит информацию, распространяемую с использованием рекламных поверхностей - баннеров, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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 (пункт 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»).

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона № 38-ФЗ реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

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, не допускается (часть 7 статьи 5 названного Закона).

КОПИЯ

При этом 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 (часть 3 статьи 28 Закона № 38-ФЗ).

Отсутствие в законодательстве о рекламе четкого указания на размер шрифта рекламных надписей не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку это противоречит положениям статьи 5 Закона № 38-ФЗ.

Использованный обществом в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

При этом ответственность за нарушение требований статьи 5 и части 3 статьи 28 указанного Закона может быть возложена исключительно на рекламодателя (часть 6 статьи 38 Закона № 38-ФЗ).

Как установлено судом, общество является рекламодателем рекламного объявления, размещенного на щитах-билбордах 26.01.2012, что указано в самом рекламном объявлении и заявителем не оспаривается.

В указанном рекламном объявлении рекламируются услуги ООО «Русфинанс Банк» по предоставлению кредитов на приобретение товаров, подлежащих кредитованию, за исключением средств мобильной связи.

Из материалов дела следует, что общество составило и разместило рекламу в таком виде, при котором несоразмерность шрифта привела к потере читаемости существенных условий оказания финансовой услуги по предоставлению кредита, что создало условия для введения потребителей в заблуждение, в том числе в отношении условий определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

Так в указанной рекламе ряд условий оказания финансовой услуги по предоставлению кредита («Бесплатный кредит 31 рубль в день. 0 рублей. 0%. 24 месяца») исполнены крупным шрифтом, в связи с этим с учетом цветовой гаммы и места ее расположения в рекламе воспринимаются потребителями рекламы.

Вместе с тем, как следует из имеющейся в рекламе информации, иные условия, являющиеся существенной информацией, способной обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой («Процентная ставка - 10,28% годовых, Сумма кредита - от 2250 до 18 000 рублей. Первоначальный взнос - от 0 до 50%» и т.д.) представлены гораздо более мелким, нечитаемым шрифтом.

Исходя из изложенного апелляционная коллегия соглашается с выводами управления и суда первой инстанции о том, что реклама, распространенная

обществ
Федера
Д
вся с
Россий
мелког
финанс
апелля
с наим
банка),
нечита
сведени
наличи
Т
№ 38-Ф
способ
цели
форми
не ме
устан
Д
информ
поскол
дела
различ
подтве
мелким
Д
части);
распол
считыв
следует
заемщ
потреб
т
котор
24 мес
т
влияю
кредит
остава
т
сущес
т
сущес

Копия
А44-8617/2012

обществом, не соответствует требованиям законодательства Российской Федерации, в связи с чем, является ненадлежащей.

Довод подателя жалобы о том, что в рекламном объявлении содержится вся существенная информация, предусмотренная законодательством Российской Федерации, а использование обществом в рекламном тексте мелкого шрифта не может вводить потребителя в заблуждение относительно финансовой услуги, по предоставлению кредита, не принимается апелляционной коллегией, поскольку формальное присутствие в рекламе текста с наименованием лица, оказывающего услуги по кредитованию (название банка), и с условиями приобретения кредита, но напечатанных мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, а, следовательно, не может рассматриваться как их фактическое наличие.

Таким образом, поскольку, исходя из положений пункта 1 статьи 3 Закона № 38-ФЗ рекламой является только информация, распространенная каким-либо способом, то информация, нечитаемая, не обеспечивающая достижение главной цели рекламы - привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, не может рассматриваться как распространенная и размещенная в установленном порядке.

Довод об отсутствии доказательств невосприимчивости рекламной информации потребителем, судом апелляционной инстанции отклоняется, поскольку как обоснованно отмечено судом первой инстанции в материалах дела имеются фотографии рекламного щита (л.д. 69-77), сделанные с различных ракурсов и расстояний, а также макет баннера (л.д. 59) подтверждающие, что информация, указанная в левой нижней части рекламы мелким шрифтом, не читаема.

Исходя из месторасположения рекламной конструкции (около проезжей части); высоты расположения щитов над уровнем поверхности земли (реклама расположена значительно выше уровня глаз человека), ограниченного времени считывания информации из проезжающего мимо транспорта, безусловно следует, что условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, не были надлежащим образом доведены до потребителей.

Таким образом, потребители могли лишь ознакомиться с информацией, в которой выделены наиболее привлекательные условия (0 рублей, 0%, 24 месяца).

Условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, а именно: процентная ставка - 10,28% годовых, сумма кредита - от 2250 до 18 000 рублей, первоначальный взнос - от 0 до 50%» и т.д., оставались для потребителей неизвестными.

Для потребителей рекламы отсутствующая информация является существенной, поскольку содержит сведения о полной стоимости кредита.

Таким образом, вывод арбитражного суда первой инстанции, что существенная информация об условиях предоставления кредита не была

КОПИЯ
А44-8517/2012

доведена до потребителей надлежащим образом, что создало условия для введения потребителей в заблуждение относительно полной стоимости данной услуги, является законным и обоснованным.

С учетом изложенного выводы суда соответствуют фактическим обстоятельствам дела, нарушений норм материального и процессуального права при вынесении решения не допущено. Оснований для удовлетворения апелляционной жалобы и отмены принятого по данному делу судебного акта не имеется.

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

п о с т а н о в и л :

решение Арбитражного суда Новгородской области от 26 февраля 2013 года по делу № А44-8517/2012 оставить без изменения, апелляционную жалобу общества с ограниченной ответственностью «Техноград» - без удовлетворения.

Председательствующий

Судьи

Четырнадцатый арбитражный апелляционный суд

КОПИЯ ВЕРНА

Судья Осокина Н.Н.

Помощник судьи (секретарь суда) Кочакина Е.

« и » 08 2013 г.



Н.Н. Осокина

Н.В. Мурахина

В.И. Смирнов



В соответствии с ч. 5 ст. 271 Арбитражного процессуального кодекса РФ постановления арбитражного суда апелляционной инстанции вступает в законную силу со дня его принятия.

Принято 3 листов
Помощник судьи Кочакина Е.