

Обществом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Постановлением УФАС России по Магаданской области от 22.06.2012 N36, ОАО «АК Банк» привлечен к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе на основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ в виде взыскания штрафа в размере 130 000 рублей.

Считая указанное постановление незаконным, заявитель обратился в арбитражный суд мотивируя тем, что административный орган неправомерно посчитал информацию, нанесенную в нижней части рекламного плаката фактически отсутствующей, и на основании этого сделал вывод о доказанности нарушения Банком требования пункта 7 статьи 5 и части 2 пункта 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», при этом не обосновал данную позицию и не подкрепил ее какими-либо доказательствами. Заявитель полагает, что данный вывод невозможно применить к каждому потребителю, он носит предположительный характер, восприятие информации конкретным человеком зависит от его физиологических возможностей, невозможность восприятия каждым из числа неопределенного круга лица административным органом не доказана.

В соответствии со статьей 210 АПК РФ, при рассмотрении дел об оспаривании постановления административного органа о привлечении к административной ответственности, арбитражный суд, в судебном заседании, проверяет законность и обоснованность оспариваемого постановления, устанавливает наличие соответствующих полномочий административного органа, принявшего оспариваемое постановление, устанавливает, имелись ли законные основания для привлечения к административной ответственности, соблюден ли установленный порядок привлечения к ответственности, не истекли ли сроки давности привлечения к административной ответственности, а также, иные обстоятельства, имеющие значение для дела.

В соответствии со статьей 1.5 КоАП РФ лицо, привлекаемое к административной ответственности, не обязано доказывать свою невиновность, за исключением случаев, предусмотренных примечанием к настоящей статье. Неустранимые сомнения в виновности лица, привлекаемого к административной ответственности, толкуются в пользу этого лица.

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.

Ненадлежащей является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4 статьи 3 Закона о рекламе).

В соответствии с частью 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.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских 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.

В качестве нарушения вышеназванных норм закона антимонопольным органом в оспариваемом постановлении квалифицировано размещение рекламы вклада "КВАРТАЛЬНЫЙ" с помощью средства стабильного территориального размещения, при котором существенная информация об условиях указанной банковской услуги: «Минимальная сумма вклада - 15 000 рублей. При досрочном расторжении договора производится перерасчет начисленных процентов по ставке вклада «до востребования» -

0,2% годовых. Возможно пополнение вклада в размере 5000 рублей», выполнена мелким, нечитаемым шрифтом. Несмотря на формальное наличие в рекламе указанных условий, данная информация не воспринимается человеческим глазом, следовательно, прочесть и уяснить указанные условия не представляется возможным. Вышеуказанная информация, необходимая потребителю для принятия осознанного решения, указана в рекламе мелким, нечитаемым шрифтом, что не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, следовательно, не может рассматриваться как их наличие.

Из оспариваемого постановления антимонопольного органа следует, что ненадлежащей признана реклама, распространяемая с помощью средства стабильного территориального размещения (наружная реклама без указания её размеров).

Исходя из вменяемого заявителю нарушения, учитывая, что формальное присутствие в рекламе существенной информации об условиях рекламируемого вклада "КВАРТАЛЬНЫЙ" заинтересованным лицом не оспаривается, юридически значимым обстоятельством для решения вопроса о наличии (отсутствии) нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе является возможность потребителя воспринять (прочитать) условия рекламы, формально присутствующие в тексте рекламного объявления.

Бремя доказывания соответствующих обстоятельств законом возложено на антимонопольный орган.

В силу части 4 статьи 210 АПК РФ по делам об оспаривании решений административных органов о привлечении к административной ответственности обязанность доказывания обстоятельств, послуживших основанием для привлечения к административной ответственности, возлагается на административный орган, принявший оспариваемое решение.

В то же время, в нарушение процессуальной обязанности доказывания, заинтересованным лицом не представлено доказательств, однозначно подтверждающих отсутствие у потребителя возможности прочитать все имеющиеся в рекламе существенные условия вклада "КВАРТАЛЬНЫЙ" при размещении спорной рекламы с помощью средств стабильного территориального размещения.

В частности, в протоколе по делу об административном правонарушении указано, что антимонопольным органом решением Комиссии Магаданского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по делу N 02-38/3р-2012 наружная реклама по предоставлению Банком ОАО «Актив Капитал Банк» финансовой услуги, размещенной в г.Магадане, на торцевой стене жилого дома №28 по ул.Гагарина признана ненадлежащей, поскольку существенные условия вклада напечатаны мелким, нечитаемым шрифтом.

Однако каких-либо доказательств, фиксирующих визуальное восприятие сотрудниками УФАС нечитаемости текста указанной рекламы, в материалы дела не представлено; сведения о том, кто из сотрудников антимонопольного органа и когда обнаружил распространение спорной рекламы, с какого расстояния и места на ул.Гагарина в г.Магадане визуально воспринимал размещенную на рекламной конструкции информацию, отсутствуют.

Жалоб конкретных потребителей в антимонопольный орган не поступало.

Из оспариваемого постановления не следует, с учетом каких обстоятельств антимонопольный орган пришел к выводу о нечитаемости текста конкретной рекламы на рекламной конструкции, расположенной на ул.Гагарина в г.Магадане.

Указание в решении Комиссии УФАС от 20.06.2012 на то, что рекламная конструкция установлена на жилом доме по ул.Гагарина,28, что зафиксировано актом обследования рекламного места от 22.05.2012г., фотографиями в электронном виде и на бумажном носителе не является надлежащим и достаточным доказательством, подтверждающим невозможность восприятия текста рекламы, исполненного мелким шрифтом.

Из имеющихся в деле доказательств невозможно сделать вывод о том, мог ли потребитель приблизиться к размещенной информации (подойти или подъехать), невозможно определить, каким временем считывания рекламной информации обладал потребитель с учетом особенностей размещения конкретной рекламной конструкции, на какой высоте (от пешеходной дорожки либо от проезжей части дороги) была размещена конкретная рекламная конструкция. Указание в решении УФАС, что текст рекламы находится на высоте, достигающей более трёх метров, что исключает возможность приблизиться к ней), не свидетельствует о невозможности прочтения всего текста рекламы.

Доказательств того, что при приближении к рекламной конструкции использованный рекламодателем визуальный прием подачи информации не позволял воспринять весь текст рекламы в полном объеме, в деле не имеется.

Указание заинтересованным лицом на то, что рекламная конструкция со спорной рекламой была размещена на высоте свыше трех метров, не подтверждено какими-либо представленными в материалы дела и собранными антимонопольным органом на момент привлечения Банка к административной ответственности доказательствами.

Кроме того, из представленных в материалы дела доказательств невозможно установить, что фактически присутствующая в тексте рекламного объявления информация об условиях вклада была не читаема, не доступна для потребителя, исходя из конкретных условий размещения рекламы.

Представленными заинтересованным лицом в материалы дела фотографиями (ксерокопии) рекламных конструкций без привязки к местонахождению данного объекта (высоте и месту размещения) также не подтверждается совершение заявителем вменяемого нарушения.

Таким образом, без наличия доказательств конкретных условий размещения и наличия (отсутствия) возможности воспринимать размещенную на рекламе информацию, вывод антимонопольного органа о нарушении Обществом требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе является предположительным (не доказанным).

Доводы УФАС о нечитаемости существенной информации рекламы, в отсутствие фактов и доказательств, на основании которых Управление пришло к такому выводу, не может быть принято судом в подтверждение факта совершения Банком вменяемого правонарушения.

В соответствии с частью 2 статьи 64 АПК РФ в качестве доказательств допускаются письменные и вещественные доказательства, объяснения лиц, участвующих в деле, заключения экспертов, показания свидетелей, аудио- и видеозаписи, иные документы и материалы.

Согласно части 4 статьи 71 АПК РФ каждое доказательство подлежит оценке арбитражным судом наряду с другими доказательствами. При этом по смыслу части 2 данной нормы закона, каждое доказательство оценивается в отдельности, а достаточность доказательств определяется их совокупностью.

Иных доказательств в подтверждение совершения Обществом вменяемого нарушения, антимонопольным органом в материалы дела не представлено.

Требования к размеру шрифта рекламы законодательно не установлены. Размер рекламы и, соответственно, размер шрифта рекламы может быть различным. В то же время, шрифт текста рекламы должен позволять потребителю прочитать весь объем размещенной в рекламе информации.

Использование рекламодателем такого визуального приема в рекламе, как неодинаковый размер шрифта размещаемой информации, когда размер букв крупного шрифта превышает размер букв мелкого шрифта, на что ссылается УФАС в тексте оспариваемого постановления, само по себе не исключает возможность прочтения потребителем в конкретных условиях всего объема размещенной на щите информации.

Обратное заинтересованным лицом применительно к представленным в дело материалам не доказано.

При таких обстоятельствах суд считает, что Управление не доказало наличие в действиях Открытого акционерного общества "АктивКапитал Банк" события правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьями 102, 167-170, 176, 211 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, суд

Р Е Ш И Л:

Заявленные требования удовлетворить.

Признать незаконным и отменить постановление Управления Федеральной антимонопольной службы по Магаданской области № 36 от 22.06.2012 по делу об административном правонарушении № 02-19/5а-2012 о привлечении Открытого акционерного общества "АктивКапитал Банк" к административной ответственности предусмотренной ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в виде административного штрафа в размере 130 000 руб. Производство по делу об административном правонарушении прекратить.

Решение может быть обжаловано в Одиннадцатый арбитражный апелляционный суд, г. Самара с направлением апелляционной жалобы через Арбитражный суд Самарской области в течение десяти дней со дня его принятия.

Судья _____ / Мехедова В.В. _____