



АРБИТРАЖНЫЙ СУД НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
Большая Московская улица, дом 73, Великий Новгород, 173020
<http://novgorod.arbitr.ru>

Именем Российской Федерации

Р Е Ш Е Н И Е

Великий Новгород

Дело № А44-6049/2011

20 января 2012 года

16 января 2012 года оглашена резолютивная часть решения
20 января 2012 года решение изготовлено в полном объеме

Арбитражный суд Новгородской области в составе:

судьи Лариной И.Г.,

при ведении протокола судебного заседания

секретарем судебного заседания Степановой Д.В.

рассмотрев в судебном заседании дело по заявлению:

индивидуального предпринимателя Алексева Ильи Евгеньевича (ИНН 532008199017, ОГРН 309533113200026, 174411, РОССИЯ, Новгородская область, г. Боровичи, ул. С.Перовской, д.117)

к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области 173002, РОССИЯ, Великий Новгород, Воскресенский бульвар, д. 3)

о признании незаконным и отмене постановления № 29 от 20.10.2011 г.

при участии

от истца (заявителя): представитель Никандров А.С., доверенность от 01.09.2011 года №1

от ответчика: ведущий специалист-эксперт Жогин Н.В., доверенность от 10.01.2012 года №277

у с т а н о в и л :

Индивидуальный предприниматель Алексей Илья Евгеньевич (далее – предприниматель) обратился в арбитражный суд с заявлением о признании незаконным и отмене постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – управление) от 20.10.2011 года по делу №29 о привлечении к административной ответственности, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и назначении административного наказания в виде штрафа в размере 4000 рублей.

В судебном заседании заявитель поддержал свои требования, обосновывая это тем, что в его действиях по размещению рекламы отсутствует событие административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. Управлением сделан необоснованный вывод о том, что размещенная им реклама является ненадлежащей, поскольку фактически реклама является не рекламой несуществующего розничного рынка по продаже автомобилей, а рекламой видов услуг, оказываемых предпринимателем.

Слово «авторынок» в данном случае является сложившимся в русском языке оборотом речи, общим понятием, охватывающим такие виды деятельности, как продажа, выкуп, обмен автомашин и так далее.

Кроме того, создание авторынков не предусмотрено Федеральным законом от 30.12.2006 года №271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации», следовательно, предприниматель не мог рекламировать услуги такого рынка. Кроме того, управлением не дана оценка тому обстоятельству, что предприниматель оказывает свои услуги не на самой автостоянке, а во временном сооружении, которое находится рядом с ней.

При размещении рекламы предприниматель не вводил в заблуждение читателей газеты и не нарушал законодательство о рекламе, что подтверждается обращением граждан, прочитавших рекламу, к предпринимателю именно за рекламируемыми им услугами.

Управление заявленные требования не признало, обосновывая это тем, что размещенная предпринимателем реклама является недостоверной, поскольку в ней содержатся сведения относительно объекта рекламирования, несоответствующие действительности. Объектом рекламирования в этой рекламе в соответствии с определением, содержащимся в пункте 2 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), являются услуги авторынка, то есть предоставление мест, где можно осуществлять продажу, покупку, обмен автомашин. Материалами административного дела подтверждено, что автостоянка, на которой предприниматель оказывает свои услуги, специализированным рынком не является.

У предпринимателя имелась возможность и существовала обязанность изучить действующее законодательство о рекламе, предвидеть и не допустить установленное нарушение, в связи с чем, управлением сделан вывод о наличии его вины.

Рассмотрение дела прерывалось в соответствии со статьей 163 АПК РФ.

Заслушав доводы лиц, участвующих в деле, исследовав материалы дела, суд находит заявленные требования не подлежащими удовлетворению.

При рассмотрении дела установлено, что в ходе проверки управлением обращения Администрации Боровичского муниципального района установлено, что предприниматель, являясь рекламодателем, разместил на странице 8 информационно-рекламного приложения «Мстинский курьер» к газете «Красная искра» от 11 августа 2011 года №18'11 рекламу следующего содержания: «АВТОРЫНОК. ПРОДАЖА А/М, БЫСТРЫЙ ВЫКУП, ОБМЕН, АВТО НА ЗАКАЗ».

Решением комиссии управления по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 19.09.2011года указанная реклама признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В связи с указанными обстоятельствами, уполномоченным должностным лицом управления в присутствии представителя предпринимателя по доверенности в отношении предпринимателя 19.09.2011года составлен протокол №29 об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена [частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ](#).

Рассмотрев материалы проверки, руководитель управления вынес постановление от 20.10.2011 года по делу №29 о привлечении предпринимателя к административной ответственности по [указанной статье КоАП РФ](#) в виде штрафа в размере 4000 руб.

Не согласившись с указанным постановлением, предприниматель обратился в арбитражный суд с соответствующим заявлением.

В соответствии с [частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ](#) нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37,](#)

14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Примечанием к статье 2.4 КоАП РФ установлено, что лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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.

Размещенная предпринимателем в информационно-рекламном приложении «Мстинский курьер» информация соответствует указанному определению.

Объектом рекламирования является товар (продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот), 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.

Пунктом 4 части 1 статьи 3 названного Закона установлено, что ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Из пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе следует, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В целях Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламопроизводителем - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, а рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункты 5 - 7 части 1 статьи 3 Закона N 38-ФЗ).

В силу части 4 статьи 38 названного Закона нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Заявитель не отрицает, что является рекламодателем указанной рекламы, поэтому он может быть субъектом административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Форма и содержание рекламы, размещенной предпринимателем, привлекают внимание потребителей рекламы к слову «АВТОРЫНОК», это слово выделено самым крупным шрифтом и подчеркнуто. Таким образом, создается впечатление, что рекламируется деятельность авторынка, связанная с реализацией автомобилей.

В пункте 2 статьи 3 Федерального закона от 30.12.2006 года №271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» (далее – Закон о рынках) указано, что розничный рынок - имущественный комплекс, предназначенный для осуществления деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на основе свободно определяемых непосредственно при

заключении договоров розничной купли-продажи и договоров бытового подряда цен и имеющих в своем составе торговые места. Рынки подразделяются на универсальные и специализированные.

Специализированный рынок - розничный рынок, на котором восемьдесят и более процентов торговых мест от их общего количества предназначено для осуществления продажи товаров одного класса, определяемого в соответствии с номенклатурой товаров, устанавливаемой федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере торговли.

Вместе с тем, по указанному в рекламном объявлении адресу находится автостоянка, которая используется предпринимателем, в том числе, и для осуществления своей агентской деятельности по продаже, обмену и доставке автомобилей. Отсутствие на указанном месте авторынка подтверждается договором аренды от 01.07.2011 года №1, письмом Администрации Боровичского муниципального района от 15.08.2011 года №1930/01-33 и пояснениями самого предпринимателя.

Довод заявителя о том, что он не мог рекламировать деятельность авторынка, поскольку создание такого рынка невозможно, так как противоречит положениям статьи 3 Закона о рынках, ошибочен. В соответствии с определением специализированного рынка, содержащимся в статье 3 Закона о рынках, такой специализированный рынок может быть организован с соблюдением требований статьей 4 и 5 Закона о рынках, в частности, он должен быть организован юридическим лицом.

Аргумент заявителя о том, что им рекламировалась его собственные услуги агента по продаже, обмену и доставке автомобилей, несостоятелен, поскольку в рекламном объявлении не указано в какой форме и кем осуществляется реализация автомобилей.

Таким образом, управлением сделан обоснованный вывод о том, что указанная реклама является недостоверной и не соответствует требованиям Закона о рекламе, следовательно, в действиях предпринимателя имеется событие административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Ссылка заявителя на то, что слово «авторынок» использовано им в рекламе как собирательное понятие, охватывающее все виды оказываемых им услуг, и он не пытался рекламировать незаконно действующий рынок, не подтверждает отсутствие его вины. Правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, может быть совершено как умышленно, так и по неосторожности.

Вина предпринимателя в форме неосторожности подтверждена материалами дела, каких либо объективных обстоятельств, препятствующих соблюдению предпринимателем Закона о рекламе, ни управлением, ни судом не установлено.

В связи с изложенным, предприниматель обоснованно привлечен к ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Довод предпринимателя о том, что рекламное объявление не ввело в заблуждение потребителей рекламы, и они обращались к предпринимателю именно за теми услугами, которые он оказывает, не подтвержден доказательствами. Кроме того, наступление последствий в виде введения в заблуждение недостоверной рекламой конкретных лиц, не является квалифицирующим признаком правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Нарушений порядка привлечения к административной ответственности, влекущих отмену оспариваемого постановления, управлением не допущено.

Оснований для применения статьи 2.9 КоАП РФ не имеется.

Руководствуясь ст.ст. 167-170, 176, 211 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, арбитражный суд

Р Е Ш И Л :

В удовлетворении требования о признании незаконным и отмене постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области от 20.10.2011 года по делу №29 о привлечении индивидуального предпринимателя Алексева Ильи Евгеньевича к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ в виде наложения штрафа в размере 4000 рублей отказать.

Решение может быть обжаловано в Четырнадцатый арбитражный апелляционный суд (г. Вологда) через Арбитражный суд Новгородской области в течение 10 дней со дня принятия.

Судья

И.Г. Ларина