

И.А.

104/2014-9808(1)

КОПИЯ



**ЧЕТЫРНАДЦАТЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ
АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД**

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

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

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

28 февраля 2014 года

г. Вологда

Дело № А44-8527/2012

Резолютивная часть постановления объявлена 24 февраля 2014 года.

В полном объеме постановление изготовлено 28 февраля 2014 года.

Четырнадцатый арбитражный апелляционный суд в составе председательствующего Осокиной Н.Н., судей Мурахиной Н.В. и Холминова А.А. при ведении протокола секретарем судебного заседания Мазалецкой О.О., рассмотрев в открытом судебном заседании апелляционную жалобу общества с ограниченной ответственностью «Техноград» на решение Арбитражного суда Новгородской области от 11 декабря 2013 года по делу № А44-8527/2012 (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 и отмене постановления от 22.11.2012 по делу № 18 о привлечении к административной ответственности, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), и назначении административного наказания в виде штрафа в размере 100 000 рублей.

Решением суда от 11 декабря 2013 года в удовлетворении заявленных требований отказано.

Общество с решением суда не согласилось и обратилось с апелляционной жалобой, в которой просит данное решение отменить и принять по делу новый судебный акт. В обоснование жалобы ссылается на необоснованность выводов суда первой инстанции о том, что размещенная обществом реклама является незаконной. Указывает, что управление не представило доказательств невосприимчивости рекламной информации потребителем. Отмечает, что управление неправомерно отказало в удовлетворении ходатайства о проведении экспертизы для разрешения вопросов связанных с возможностью

Новгородское УФАС России
Входящий № 1771
«12» 03 2014г.

свободного прочтения и уяснения рекламы потребителями. По мнению подателя жалобы, совершенное правонарушение можно признать малозначительным.

Управление в отзыве на апелляционную жалобу отклонило доводы, изложенные в жалобе, считает, что выводы суда соответствуют действующему законодательству и представленным в дело доказательствам, просит решение суда оставить без изменения, а апелляционную жалобу – без удовлетворения.

Стороны о времени и месте рассмотрения апелляционной жалобы извещены надлежащим образом, представителей в суд не направили, в связи с этим жалоба рассмотрена в их отсутствие в соответствии со статьями 123, 156, 266 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее - АПК РФ).

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 от 18.01.2012 № 6 управлением 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 ООО «Русфинанс Банк». Лицензия ЦБ РФ 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).

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

Материалы дела о нарушении антимонопольного законодательства переданы должностному лицу управления для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В результате рассмотрения материалов административного дела, должностным лицом управления 02.11.2012 составлен протокол № 18 об административном правонарушении.

На основании данного протокола заместителем руководителя управления 22.11.2012 вынесено постановление по делу № 18, которым общество привлечено к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ в виде штрафа в размер 100 000 рублей.

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

Суд первой инстанции, отказывая в удовлетворении заявленных требований, правомерно руководствовался следующим.

Частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31, в виде наложения административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона № 38-ФЗ 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.

Согласно статье 3 Закона № 38-ФЗ реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается ненадлежащей.

Объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, на привлечение внимания к которым направлена реклама (пункт 2 статьи 3 Закона № 38-ФЗ).

В силу части 1 статьи 5 названного Закона реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Частью 7 статьи 5 указанного Закона предусмотрено, что 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.

На основании части 1 статьи 28 Закона № 38-ФЗ 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).

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 этого же Закона.

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).

Согласно части 2 статьи 69 АПК РФ обстоятельства, установленные вступившим в законную силу судебным актом арбитражного суда по ранее рассмотренному делу, не доказываются вновь при рассмотрении арбитражным судом другого дела, в котором участвуют те же лица.

Решением Арбитражного суда Новгородской области от 26.02.2013 по делу № А44-8517/2012, оставленным без изменения постановлениями Четырнадцатого арбитражного апелляционного суда от 11.06.2013 и Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 12.11.2013 заявителю было отказано в удовлетворении требований о признании незаконным решения управления от 02.11.2012 по делу № 31 в связи с соответствием оспариваемого ненормативного акта требованиям действующего законодательства.

В деле № А44-8517/2012 участвовали те же лица, и рассматривались те же обстоятельства совершенного обществом правонарушения, что и в настоящем деле.

Соответственно, названные обстоятельства при рассмотрении настоящего дела правомерно приняты арбитражным судом как имеющее преюдициальное значение, что нашло отражение в судебном акте.

Таким образом, доводы подателя жалобы относительно того, что являются необоснованными выводы суда первой инстанции о том, что размещенная обществом реклама является ненадлежащей, а также о том, что управление не представило доказательств невосприимчивости рекламной

информации потребителем и о том, что управление неправомерно отказало в удовлетворении ходатайства о проведении экспертизы для разрешения вопросов связанных с возможностью свободного прочтения и уяснения рекламы потребителями, отклоняются апелляционной коллегией.

Частью 1 статьи 1.5 КоАП РФ установлено, что лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно части 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

В материалах дела отсутствуют доказательства того, что общество приняло все зависящие от него меры по соблюдению установленных законодательством норм.

Какие-либо неустранимые сомнения в виновности общества отсутствуют.

Следовательно, материалами дела подтверждаются допущенные обществом нарушения Закона № 38-ФЗ, в связи с чем антимонопольный орган правильно установил в действиях общества наличие состава административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Доводы общества о малозначительности совершенного правонарушения, судом апелляционной инстанции отклоняются, по следующим основаниям.

Статья 2.9 КоАП РФ предусматривает, что при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Указанная норма является общей и может применяться к любому составу административного правонарушения, предусмотренному КоАП РФ, если судья, орган, рассматривающий конкретное дело, признает, что совершенное правонарушение является малозначительным.

Следовательно, применение статьи 2.9 КоАП РФ при рассмотрении дел об административном правонарушении является правом суда.

В силу статьи 71 АПК РФ арбитражный суд оценивает доказательства по своему внутреннему убеждению, основанному на всестороннем, полном, объективном и непосредственном исследовании имеющихся в деле доказательств.

Пунктом 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» разъяснено, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет

место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Кроме того, согласно абзацу третьему пункта 18.1 названного постановления квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 данного постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

По смыслу статьи 2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо с угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Таким образом, административные органы обязаны установить не только формальное сходство содеянного с признаками того или иного административного правонарушения, но и решить вопрос о социальной опасности деяния.

В соответствии со статьей 1 Закона № 38-ФЗ целями указанного закона являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы. По юридической конструкции правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, образует формальный состав. В связи с этим существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий в результате допущенного правонарушения, а в пренебрежительном отношении общества к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к формальным требованиям публичного права.

В данном случае несоответствие рассматриваемой рекламы требованиям названного Закона нарушает права и законные интересы потребителей на получение полной информации о рекламируемых финансовых услугах, что представляет собой существенную угрозу охраняемым правом общественным отношениям в сфере потребительского рынка.

Вступая в правоотношения по распространению рассматриваемой рекламы, общество должно было обеспечить соответствие рассматриваемой рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, однако оно пренебрежительно отнеслось к определению содержания рассматриваемой рекламы, тем самым не предприняло никаких мер, направленных на недопущение совершения административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Доказательства исключительности рассматриваемого случая совершения правонарушения заявителем не представлены.

Доводы подателя жалобы о том, что общество устранило нарушение рекламного законодательства, сотрудничало с управлением в ходе административного расследования и ранее не привлекалось к административной ответственности за аналогичные правонарушения, не принимаются апелляционной коллегией, поскольку данные обстоятельства не являются основанием для применения судом положений о малозначительности.

Кроме того, общество устранило нарушение рекламного законодательства именно во исполнение предписания от 02.11.2012 о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а не в добровольном порядке.

Следовательно, суд первой инстанции, оценив доказательства по делу, правомерно отказал обществу в удовлетворении заявленных требований.

Исходя из изложенного, суд апелляционной инстанции не находит оснований для отмены решения суда первой инстанции и удовлетворения апелляционной жалобы общества.

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 11 декабря 2013 года по делу № А44-8527/2012 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 с/з)	
«28»	02

Н.Н. Осокина

Н.В. Мурахина

А.А. Колминов



Копия
№ 00000000000000000000

Копия
№ 00000000000000000000

В соответствии со статьей 14.3 КоАП РФ...

В соответствии со статьей 14.3 КоАП РФ...

В соответствии со статьей 14.3 КоАП РФ...



Пролито 9 листов.
Помощник судьи Karasev R
В соответствии с ч. 5 ст. 271
Арбитражного процессуального кодекса
РФ постановление арбитражного суда
апелляционной инстанции вступает
в законную силу со дня его принятия.

В соответствии со статьей 14.3 КоАП РФ...