



АРБИТРАЖНЫЙ СУД ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

664025, г. Иркутск, бульвар Гагарина, д. 70, тел. (3952)24-12-96; факс (3952) 24-15-99
дополнительное здание суда: ул. Дзержинского, д. 36А, тел. (3952) 261-709; факс: (3952) 261-761
E-mail: info@irkutsk.arbitr.ru; <http://www.irkutsk.arbitr.ru>

Именем Российской Федерации

Р Е Ш Е Н И Е

г. Иркутск

Дело № А19-19104/2013

07.02.2014 г.

Резолютивная часть решения объявлена в судебном заседании 31.01.2014 года.

Решение в полном объеме изготовлено 07.02.2014 года.

Арбитражный суд Иркутской области в составе судьи Сураевой О.П., при ведении протокола судебного заседания помощником судьи Гришиной О.Н., рассмотрев в открытом судебном заседании дело по заявлению Общества с ограниченной ответственностью «Русбьюти»

о признании незаконным решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области № 673 от 22.08.13г.

о признании незаконным и отмене постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области № 348 от 05.12.2013г. о назначении административного наказания по делу № 300 об административном правонарушении,

при участии в судебном заседании:

от заявителя: до перерыва - представителей по доверенности Данилова Л.В., (паспорт), Курочкиной Н.С., (паспорт),

от Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области: до перерыва – представителя по доверенности Хансивировой Е.Н., (удостоверение),

установил:

Общество с ограниченной ответственностью «Русбьюти» (далее – заявитель, общество) обратилось в арбитражный суд с заявлением о признании незаконным решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области (далее - Управление, Иркутское УФАС России, административный орган) № 673 от 22.08.13г.; о

признании незаконным и отмене постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области № 348 от 05.12.2013г. о назначении административного наказания по делу № 300 об административном правонарушении,

В судебном заседании 24 января 2014г. в порядке ст. 163 АПК РФ объявлялся перерыв до 31 января 2014г.

Представители заявителя в судебном заседании требования поддержали по основаниям, изложенным в заявлении.

В обоснование требований заявителем указано следующее.

Решением Управления от 22.08.2013г. №673 признана ненадлежащей реклама ООО «Русбьюти», размещенная в еженедельном выпуске «Неделя» Российской газеты № 282 от 06.12.2012г.

На основании указанного решения Общество постановлением Иркутского УФАС России от 05.12.2013г. № 348 привлечено к административной ответственности по ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ в виде штрафа в сумме 100 500 руб.

Заявитель полагает, что выводы антимонопольного органа в отношении того, что рассматриваемая реклама является ненадлежащей, являются ошибочными, материалами антимонопольного дела не доказаны.

Кроме того, заявитель просил восстановить установленный ст. 198 ПК РФ срок на обжалование решения.

Представитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области в судебном заседании требования не признал, сославшись на доводы отзыва.

В отзыве Управление указало, что оспариваемые акты приняты в соответствии с действующим законодательством.

Исследовав материалы дела, выслушав представителей лиц, участвующих в деле, суд установил следующее.

В соответствии с частью 1 статьи 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации граждане, организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц, если полагают, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение и действие (бездействие) не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают их права и законные интересы в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, незаконно возлагают на них какие-либо обязанности, создают иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности.

В силу части 5 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации обязанность доказывания соответствия оспариваемого ненормативного правового акта закону или иному нормативному правовому акту, законности принятия оспариваемого решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), наличия у органа или лица надлежащих полномочий на принятие оспариваемого акта, решения, совершение оспариваемых действий (бездействия), а также обстоятельств, послуживших основанием для принятия оспариваемого акта, решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), возлагается на орган или лицо, которые приняли акт, решение или совершили действия (бездействие).

Согласно ч.4 ст. 198 АПК РФ заявление о признании решения незаконным может быть подано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня, когда гражданину, организации стало известно о нарушении их прав и законных интересов, если иное не установлено федеральным законом.

Частью 1 статьи 37 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) установлено, что решение, предписание антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

В данном случае оспариваемое решение принято антимонопольным органом 22.08.2013г., полный текст решения изготовлен 05.09.2013г., заявление поступило в арбитражный суд в электронном виде 25.12.2013г., о чем свидетельствует календарная отметка канцелярии арбитражного суда на заявлении, т.е. по истечении трехмесячного срока. Следовательно, срок для подачи заявления в арбитражный суд, установленный ч.4 ст. 198 АПК РФ, ч.1 ст. 37 Закона о рекламе, заявителем пропущен.

Согласно ч.1 ст. 198 АПК РФ пропущенный по уважительной причине срок подачи заявления может быть восстановлен судом.

Статьей 117 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации установлено, что процессуальный срок подлежит восстановлению по ходатайству лица, участвующего в деле, если иное не предусмотрено настоящим Кодексом.

Конституционный Суд Российской Федерации в Определении №367-О от 18.11.2004г. разъяснил, что установление в законе сроков для обращения в суд с заявлениями о признании ненормативных правовых актов недействительными, а решений, действий (бездействия) незаконными обусловлено необходимостью обеспечить стабильность и определенность административных и иных публичных правоотношений и не может рассматриваться как нарушающее право на судебную защиту, поскольку несоблюдение установленного срока, в силу соответствующих норм Арбитражного процессуального

кодекса Российской Федерации, не является основанием для отказа в принятии заявлений по делам, возникающим из административных и иных публичных правоотношений, вопрос о причинах пропуска срока решается судом после возбуждения дела, то есть в судебном заседании. Заинтересованные лица вправе ходатайствовать о восстановлении пропущенного срока, и, если пропуск срока был обусловлен уважительными причинами, такого рода ходатайства подлежат удовлетворению судом.

Обществом заявлено ходатайство о восстановлении срока для подачи заявления в арбитражный суд. Ходатайство мотивировано поздним получением оспариваемого решения Заявителем.

Как следует из материалов рекламного дела, оспариваемое решение было направлено Обществу с сопроводительным письмом от 06.09.2013г. исх.№ 7214. Согласно почтовому уведомлению заказное письмо, в котором было направлено письмо с таких исходящих номером, получено заявителем 27.11.2013г.

Доказательства получения решения Заявителем ранее указанной даты, антимонопольным органом суду не представлено.

Учитывая, что Заявителем оспариваемое решение было получено только 27.11.2013г., т.е. практически на исходе срока на его обжалование, суд считает указанные Обществом причины пропуска срока уважительными, восстанавливает срок на обжалование и считает возможным рассмотреть заявление общества по существу.

Рассмотрение антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, осуществляется в порядке, установленном Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее - Правила), и Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным Приказом ФАС России от 28.12.2007 № 453 (далее - Административный регламент).

В соответствии с пунктом 12 Правил дело может быть возбуждено антимонопольным органом по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

Пунктом 3.24 Административного регламента предусмотрено, что основанием для совершения административных действий по возбуждению дела является выявление

Антимонопольным органом самостоятельно или при изучении заявления, поступившего в Антимонопольный орган, обстоятельств, свидетельствующих о наличии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, если при этом не установлено обстоятельств, указанных в пунктах 3.18, 3.19, 3.20 настоящего Регламента.

Из материалов дела усматривается, что Управлением на стр. 25 еженедельного выпуска «Неделя» общенациональной общественно-политической газеты «Российская газета» № 282 (5955) выявлена реклама «512-й Призовой акции» следующего содержания:

«Внимание! Реклама Мы разыскивает Главного победителя 512-й Призовой акции, чтобы вручить кроссовер Nissan Qashqai стоимостью 1500000 рублей!* Именно Вы можете стать хозяином нового автомобиля Nissan Qashqai! Без труда без риска без обмана Только 1 человек станет 512 Главным победителем и хозяином нового автомобиля стоимостью 1500000 рублей! Может быть, это Вы? Проверьте прямо сейчас:

- 1 Вычтите из Вашего года рождения номер Призовой акции – 512.
- 2 К полученному числу прибавьте Ваш возраст, достигнутый в этом году.
- 3 Результат умножьте на 1000.

Внимание! Если у Вас получилось 1500000 – поздравляем! Вы – победитель!.... (далее по тексту)».

В связи с обнаружением в данной рекламе признаков нарушения п.15 ч.3 и ч. 7 ст.5 Закона о рекламе Иркутским УФАС России проведено расследование в ходе которого установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Русбьюти», что Заявителем не оспаривается.

В соответствии с п.5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006г. № 598, в случае, если до возбуждения дела или в ходе его рассмотрения будет установлено, что реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, распространяется на территории, подведомственной двум и более территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, выявившей такое нарушение территориальный орган Федеральной антимонопольной службы передает материалы, свидетельствующие о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, или дело в территориальный орган Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, либо ходатайствует перед Федеральной антимонопольной службой о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела.

С учетом данных обстоятельств, Иркутским УФАС России 19.04.2013г. в адрес ФАС России направлены материалы, содранные по факту распространения рассматриваемой рекламы для решения вопроса о наличии либо отсутствии признаков нарушения законодательства РФ о рекламе и принятия установленных законом мер.

28.06.2013г. в Иркутское УФАС России поступило письмо ФАС России о наделении Иркутского УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по факту распространении данной рекламы «512-й призовой акции» ООО "Русбьюти».

15.07.2013г. Управлением возбуждено дело № 10 по факту распространения данной рекламы.

Решением от 22.08.2013г. № 673 антимонопольный орган признал ненадлежащей рекламу «Внимание! Реклама Мы разыскивает Главного победителя 512-й Призовой акции, чтобы вручить кроссовер Nissan Qashqai стоимостью 1500000 рублей!* Именно Вы можете стать хозяином нового автомобиля Nissan Qashqai! Без труда без риска без обмана Только 1 человек станет 512 Главным победителем и хозяином нового автомобиля стоимостью 1500000 рублей! Может быть, это Вы? Проверьте прямо сейчас:

- 1 Вычтите из Вашего года рождения номер Призовой акции – 512.
- 2 К полученному числу прибавьте Ваш возраст, достигнутый в этом году.
- 3 Результат умножьте на 1000.

Внимание! Если у Вас получилось 1500000 – поздравляем! Вы – победитель!.... (далее по тексту)», распространенную в еженедельном выпуске «Неделя» общенациональной общественно-политической газеты «Российская газета» № 282 (5955) 6-12 декабря 2012г. на стр. 25 в связи с тем, что она не соответствует требованиям п.15 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку содержит не соответствующие действительности сведения о правилах проведения стимулирующего мероприятия; ч.7 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку она не содержит части существенной информации, что способствует искажению смысла информации и введению в заблуждение потребителей рекламы.

В соответствии с п.1 ст. 3 Закона № 38-ФЗ реклама - 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

п. 2 ст. 3 Закона о рекламе.

Как установлено антимонопольный органом в ходе расследования и указано в оспариваемом решении к основным направлениям деятельности общества относится розничная торговля товарами народного потребления по заказам (дистанционным образом). В целях поддержания интереса к своим товарам и способствованию их реализации, ООО «Русбьюти» проводит стимулирующие мероприятия – маркетинговые акции с вручение денежных призов или автомобиля.

Как следует из текста рассматриваемой рекламы, рекламируются не товары либо услуги, предлагаемые ООО «Русбьюти», рекламируется маркетинговая акция.

В соответствии с ч.1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии (п.15 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе).

Согласно ч.7 ст. 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.

Суд, исследовав текст спорной рекламы, установил следующее.

Реклама занимает полный объем страницы газеты. В середине страницы имеется фотография передней части автомобиля и текст крупным шрифтом, состоящий из следующий блоков:

«Внимание! Реклама»

«Мы разыскивает Главного победителя 512-й Призовой акции, чтобы вручить кроссовер Nissan Qashqai стоимостью 1500000 рублей!*))»

«Именно Вы можете стать хозяином нового автомобиля Nissan Qashqai!»

«Без труда без риска без обмана»

«Только 1 человек станет 512 Главным победителем и хозяином нового автомобиля стоимостью 1500000 рублей! Может быть, это Вы? Проверьте прямо сейчас:

1 Вычтите из Вашего года рождения номер Призовой акции – 512.

2 К полученному числу прибавьте Ваш возраст, достигнутый в этом году.

3 Результат умножьте на 1000.

Внимание! Если у Вас получилось 1500000 – поздравляем! Вы – победитель»

«Позвоните по телефону и станьте хозяином автомобиля Nissan Qashqai или 1500000 рублей – на Ваш выбор! 8 (800) 200 52 22 Звонок бесплатный и с мобильного, и с городского номера.

Фраза «Без труда без риска без обмана» дополнительно выделена рамкой.

Далее размером примерно 1/10 площади от остальной части рекламы, мелким шрифтом, с маленьким межстрочным интервалом размещен блок текста, в котором собственно и указаны условия проведения 512-й призовой маркетинговой акции.

Из условий следует, что претендовать на регистрацию в качестве участника акции будет возможным после оплаты товар, выбранного по предложенному фирмой каталогу, «с выполнением всех необходимых условий», сумма заказа должна быть максимальной. Победитель главного приза и иных призов будет определен в финале не случайным образом, а специальной комиссией согласно «Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов». Право выбора между вручением автомобиля и его денежного эквивалента фирма оставляет за собой.

Заявитель, оспаривая решение Управления, полагает, что все сведения указанные в рекламе соответствуют действительности, текст, указанный в нижней части рекламы читается без применения специальных средств, размер шрифта идентичен всем основным текстам печатного издания.

Однако, по мнению суда, формальное присутствие в рекламе обозначенных условий, напечатанных мелким, нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, не может рассматриваться как их наличие, поскольку может ввести потребителей рекламы в заблуждение.

Так из текста рекламы, напечатанном крупным шрифтом следует, что победителем, а именно получателем главного приза – автомобиля, может стать любой человек, если в результате определенных арифметических действий с числом, составляющим год его рождения, получится число 1500000.

В данном случае рекламодателем с учетом года публикации объявления и установленной им ценой главного приза – автомобиля определено универсальное число -512, благодаря которому почти у любого человека в результате предлагаемых вычислений получится число 1500000, кроме людей, родившихся позднее дня публикации объявления, то есть в данном случае рекламодателем использован математический фокус.

Реклама, напечатанная крупным шрифтом, заканчивается следующей фразой: «Позвоните по телефону и станьте хозяином автомобиля Nissan Qashqai или 1500000 рублей – на Ваш выбор! 8 (800) 200 52 22 Звонок бесплатный и с мобильного, и с городского номера».

Такое построение рекламы создает впечатление завершенности рекламного текста, т.е. потребитель рекламы в результате предложенных вычислений узнал о том, что именно он стал победителем, выиграл главный приз – автомобиль и все, что необходимо – это позвонить по указанному телефону, чтобы подтвердить свой выбор – деньги либо автомобиль.

То, что текст, указанный в нижней части страницы составляет одно целое с вышерасположенной рекламой, напечатанной шрифтом в несколько раз более крупным, определяется с трудом.

Так после фразы «Мы разыскивает Главного победителя 512-й Призовой акции, чтобы вручить кроссовер Nissan Qashqai стоимостью 1500000 рублей!*

» имеется звездочка-сноска. При этом сноска указана после первого блока рекламы, а не после всей рекламы, указанной крупным шрифтом, т.е. если потребитель рекламы не заметит сноску в конце первого блока рекламы, то может вообще не понять, что реклама не заканчивается указанием номером телефона, по которому необходимо позвонить победителю.

Сноска * набрана шрифтом, не соответствующим тому шрифту, которым набрана фраза «Мы разыскивает Главного победителя 512-й Призовой акции, чтобы вручить кроссовер Nissan Qashqai стоимостью 1500000 рублей!*

», звездочка также напечатана шрифтом более мелким, поэтому трудно различима. Более того, сама сноска * расположена не внизу страницы, как обычно принято, а сбоку, поперек страницы, поверх фотографии автомобиля. Такое размещение сноски делает ее трудноразличимой, так как она сливается с фотографией, текст, напечатанный поперек страницы, непривычен глазу, соответственно, хуже воспринимается читающим.

Сноска имеет следующее содержание : «*При выполнении всех условий маркетинговой акции, указанных ниже**».

Текст рекламы внизу страницы под сноской ** очень мелкий, даже мельче обычного газетного шрифта, межстрочные интервалы также малы. Из-за получившейся длины строки, после прочтения одной строки глазу сложно попасть на следующую строку.

Даже человеку без особых проблем со зрением для прочтения нижней части рекламы необходимы какие-либо дополнительные приспособления: увеличивающие очки, лупа, линейка и т.п.

При этом учитывая то, что реклама занимает полный объем страницы, и некоторые знаки набраны очень крупным шрифтом, (например, номер телефона), суд полагает, что необходимость указания самой важной части информации именно таким сложно читаемым шрифтом, вызвана не целью экономии места для размещения рекламы, а целью

формирования у потребителя ошибочного восприятия рекламы, т.е. введение в заблуждение потребителя.

Переходя от исследования визуального восприятия рекламы к исследованию ее содержания, суд установил следующее.

По мнению суда, содержание нижней части рекламы не только не является разъясняющей, дополняющей содержание верхней части рекламы, нижняя часть рекламы содержит сведения противоположные, указанным в верхней.

Так согласно верхней части рекламы, человек становится победителем акции в результате удачи - случайного совпадения года его рождения установленным условиям.

Как следует из нижней части рекламы, человек со «счастливым» годом рождения никаким победителем не становится, он даже не становится участником самой акции.

Для того, чтобы зарегистрироваться в качестве участника акции необходимо оплатить товар, выбранный по предложенному фирмой каталогу, «с выполнением всех необходимых условий». При этом, в тексте рекламы не указано какие именно необходимые условия помимо оплаты товара следует выполнить.

Еще одним условием участия в финале акции на получение главного приза и иных денежных призов является сумма заказа – она должна быть максимальной. Какова именно установленная фирмой максимальная сумма заказа, в рекламе не обозначено.

Кроме того, обладатели главного и иных призов будут определены в финале акции не случайным образом, а специальной комиссией, согласно «Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов». В тексте рекламы отсутствует информация о том, каким именно «неслучайным образом» будет определяться победитель, имеется только ссылка на некие «Правила проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов», содержание которых не раскрывается.

Таким образом, содержание рекламы призовой акции в отношении главного победителя - обладателя главного приза является недостоверной, поскольку «удачное» совпадение года рождения потребителя рекламы, не имеет абсолютно никакого отношения к возможности получения данного приза.

В рекламе, набранной крупным шрифтом указано «позвоните по телефону и станьте хозяином автомобиля Nissan Qashqai или 1500000 рублей – на Ваш выбор!». В нижней части рекламы указано, что право выбора между вручением автомобиля и его денежного эквивалента фирма оставляет за собой. Таким образом, Общество изначально в доступной к восприятию части рекламы размещает недостоверную информацию, опровергаемую самим обществом в нижней, нечитаемой части рекламы.

Выводы суда, сделанные по результатам исследования рассматриваемой рекламы, полностью соответствуют выводам, к которым пришел антимонопольный орган, которые отражены в оспариваемом решении.

Исходя из вышеизложенного, суд считает возможным согласиться с антимонопольным органом, что размещенная Обществом реклама содержит не соответствующие действительности сведения о правилах проведения стимулирующего мероприятия, не содержит части существенной информации, способствует искажению смысла информации и введению в заблуждение потребителя рекламы.

Указанные нарушения Иркутский УФАС России обоснованно квалифицировал как нарушение рекламодателем положений п.15 ч.3 ст. 5 и ч.7 ст. 5 Закона о рекламе.

При таких обстоятельствах суд считает оспариваемое решение соответствующим закону и не нарушающим права и законные интересы заявителя.

На основании указанного решения антимонопольным органом составлен протокол об административном правонарушении от 28.11.2013г. № 300 и вынесено постановление от 05.12.2013г. № 348 о привлечении Общества к административной ответственности по ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ в виде штрафа в сумме 100 500 руб.

Заявитель считает постановление от 05.12.2013г. № 348 незаконным в связи с отсутствием в действиях Общества события вменяемого ему правонарушения. При этом заявитель ссылается на доводы, приведенные им в обоснование требования о признании незаконным решения Иркутского УФАС России от 22.08.2013г. № 673.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 210 Арбитражного процессуального кодекса РФ при рассмотрении дела об оспаривании решения административного органа о привлечении к административной ответственности арбитражный суд в судебном заседании проверяет законность и обоснованность оспариваемого решения, устанавливает наличие соответствующих полномочий административного органа, принявшего оспариваемое решение, 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.

При этом при рассмотрении дела об оспаривании решения административного органа арбитражный суд не связан доводами, содержащимися в заявлении, и проверяет оспариваемое решение в полном объеме.

На основании части 1 статьи 1.6 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) лицо, привлекаемое к административной ответственности, не может быть подвергнуто административному

наказанию и мерам обеспечения производства по делу об административном правонарушении иначе как на основаниях и в порядке, установленных законом.

Оспариваемым постановлением Заявитель привлечен к административной ответственности, предусмотренной ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Как указано в Постановлении Пленума ВАС РФ от 08.10.2012г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рассматривая дела о привлечении лиц к административной ответственности, предусмотренной статьей 14.3 КоАП РФ, за размещение рекламы, в которой отсутствует часть необходимой информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования, судам надлежит учитывать следующее.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями (п.28 Постановлении Пленума ВАС РФ от 08.10.2012г. № 58)

Суд, оценивая законность оспариваемого решения антимонопольного орган, исследовав рассматриваемую рекламу, установил, что информация в данной рекламе изображена таким образом, что она плохо воспринимается потребителем и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, в связи с чем данную рекламу суд признал ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом объекте, в данном случае

маркетинговой акции. По мнению суда, Иркутский УФАС России обоснованно квалифицировал как нарушение рекламодателем положений п.15 ч.3 ст. 5 и ч.7 ст. 5 Закона о рекламе.

Объективная сторона допущенного Обществом правонарушения полностью доказана в решении от 22.08.2013г. № 673.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

Пленум Высшего Арбитражного Суда РФ в пункте 16.1 (введенным Постановлением от 20.11.2008 г. № 60) Постановления от 02.06.2004 г. № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» разъяснил, что в отношении юридических лиц КоАП РФ формы вины (статья 2.2 КоАП РФ) не выделяет. В тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части КоАП РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (часть 2 статьи 2.1 КоАП РФ). Обстоятельства, указанные в части 1 или части 2 статьи 2.2 КоАП РФ, применительно к юридическим лицам установлению не подлежат.

Суд соглашается с выводом антимонопольного органа о наличии вины в действиях Заявителя, поскольку Общество знало о том, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о правилах проведения стимулирующего мероприятия; не допускается реклама, которая не содержит части существенной информации, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы. Однако, Общество не обеспечило соблюдение установленных правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность.

С учетом изложенного арбитражный суд приходит к выводу о том, что Заявитель допустил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии со статьей 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях федеральный антимонопольный орган, его территориальные органы, в том числе рассматривают дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 настоящего Кодекса.

Рассматривать дела об административных правонарушениях от имени органов, вправе:

- руководитель федерального антимонопольного органа, его заместители;
- руководители территориальных органов федерального антимонопольного органа, их заместители.

Постановление от 05 декабря 2013 года № 348 вынесено заместителем руководителя Иркутского УФАС России Аброровой М.П.

Таким образом, суд приходит к выводу о том, что оспариваемое постановление вынесено заместителем руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области Аброровой М.П. в пределах полномочий, установленных Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Общество было уведомлено о времени и месте составления протокола об административном правонарушении, назначенного на 28.11.2013г., телеграммой, врученной Заявителю 20.11.2013г.

Антимонопольным органом 28 ноября 2013 года составлен протокол об административном правонарушении № 300 в присутствии представителя Общества Курочкиной Н.С., действующей на основании доверенности от 25 января 2013 года № 45.

28 ноября 2013 года вынесено определение № 1780 о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении, которым административное дело назначено к рассмотрению на 05 декабря 2013 года.

Данное определение вручено под роспись представителю Общества по доверенности Курочкиной Н.С., присутствующей при составлении протокола. Кроме того, Общество уведомлено о времени и месте рассмотрения административного дела телеграммой, полученной Заявителем 02.12.2013г.

Административное дело рассмотрено в отсутствие представителей Общества, но при надлежащей его уведомлении.

Заявитель на наличие процессуальных нарушений при ведении антимонопольным органом дела об административном производстве в качестве оснований отмены

оспариваемого постановления в своем заявлении не указывает, судом процессуальные нарушения также не установлены.

Имеющиеся в деле доказательства свидетельствуют о том, что дело об административном правонарушении рассмотрено административным органом всесторонне, полно и объективно, существенных процессуальных нарушений при ведении дела об административном производстве не допущено.

Годичный срок, установленный ст. 4.5 КоАП РФ, при привлечении Общества к административной ответственности не пропущен.

Наказание назначено в пределах установленной ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ санкции, близко к минимальному пределу.

Учитывая изложенное и принимая во внимание установленные по делу обстоятельства, арбитражный суд приходит к выводу о том, что постановление Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области от 05 декабря 2013 года № 348 о привлечении к административной ответственности является законным и обоснованным.

В соответствии с частью 3 статьи 211 Арбитражного процессуального кодекса РФ в случае, если при рассмотрении заявления об оспаривании решения административного органа о привлечении к административной ответственности арбитражный суд установит, что решение административного органа о привлечении к административной ответственности является законным и обоснованным, суд принимает решение об отказе в удовлетворении требования заявителя.

При таких обстоятельствах в удовлетворении заявленных требований следует отказать.

Обществом при подаче в арбитражный суд заявления произведена уплата государственной пошлины в размере 8000 руб. по платежному поручению от 23 декабря 2013 года № 8346.

При этом Заявителем оспаривалось решение антимонопольного органа, госпошлина за данное требование в соответствии с положениями ст. 333.21 Налогового кодекса РФ составляет 2000 руб., а также постановление о привлечении к административной ответственности.

Согласно части 4 статьи 208 Арбитражного процессуального кодекса РФ заявление об оспаривании решения административного органа о привлечении к административной ответственности государственной пошлиной не облагается.

Таким образом, государственная пошлина в сумме 6000 руб. уплачена заявителем излишне и подлежит возврату из федерального бюджета.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьями 167-170, 201, 211 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, арбитражный суд

РЕШИЛ:

В удовлетворении заявленных требований отказать.

Возвратить Обществу с ограниченной ответственностью «Русбьюти» из федерального бюджета государственную пошлину в сумме 6000 руб., уплаченную платежным поручением от 23.12.2013г. № 8346.

Решение может быть обжаловано в Четвертый арбитражный апелляционный суд в течение месяца со дня его принятия.

Судья

О.П.Сураева