



Четвертый арбитражный апелляционный суд
улица Ленина, 100б, Чита, 672000, <http://4aas.arbitr.ru>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

г. Чита

Дело № А19-5569/2014

«19» сентября 2014 г.

Резолютивная часть постановления объявлена 15 сентября 2014 года
Полный текст постановления изготовлен 19 сентября 2014 года

Четвертый арбитражный апелляционный суд в составе председательствующего судьи Желтоухова Е.В., судей Сидоренко В.А., Рылова Д.Н., при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Федосеевой Е.Н., рассмотрев в открытом судебном заседании апелляционную жалобу общества с ограниченной ответственностью «Иркутская процессинговая компания» на решение Арбитражного суда Иркутской области от 17 июня 2014 года по делу №А19-5569/2014 по заявлению Общества с ограниченной ответственностью «Иркутская процессинговая компания» (ИНН 3810046619, ОГРН 1073810002584, место нахождения: 664040, г. Иркутск, ул. Пржевальского, д. 207) к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области (ОГРН 1033801033155, ИНН 3811020966, г.Иркутск, ул.Российская 17) место нахождения: 664025, г. Иркутск, ул. Российская, 17) третье лицо: Тимофеев Владимир Викторович (г.Иркутск), о признании незаконным решения №127 от 24 февраля 2014 года,
суд первой инстанции, судья Чемезова Т.Ю.,

при участии в судебном заседании:

от заявителя: не было;
от заинтересованного лица: не было;
от третьего лица Тимофеева В.В.: не было;

установил:

Заявитель, Общество с ограниченной ответственностью «Иркутская процессинговая компания», обратился в Арбитражный суд Иркутской области с заявлением о признании незаконным решения от № 127 от 24 февраля 2014 года вынесенного Управлением Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области.

Решением суда первой инстанции от 17 июня 2014 года заявителю отказано в удовлетворении требований.

Принимая указанное решение, суд первой инстанции пришел к выводу о том, что антимонопольным органом было правомерно установлено, что рассмотренная в настоящем деле реклама является ненадлежащей, нарушающей требования, установленные частью 1 статьи 28 Закона № 38-ФЗ, из содержания рассматриваемой рекламы не представляется возможным установить о каком именно кредите идет речь, о

товарном, коммерческом или банковском, в связи с чем, решение антимонопольного органа, является законным, не нарушающим права и законные интересы заявителя и не подлежащим отмене.

Общество, не согласившись с выводами суда первой инстанции, заявило апелляционную жалобу, в которой просит решение отменить, требования удовлетворить.

Представитель ООО «Иркутская процессинговая компания» в судебное заседание не явился, о дате и времени судебного разбирательства уведомлен надлежащим образом, о чем свидетельствует почтовое уведомление №67200277737165.

Из апелляционной жалобы следует, что решение суда первой инстанции является незаконным и необоснованным, принятым с нарушением норм материального и процессуального права.

В обоснование заявленной позиции, Общество указало, что суд первой инстанции, соглашаясь с оспариваемым решением антимонопольного органа, неправоммерно исходил из того, что в рекламе магазинов «Теплый мир» отсутствует существенная информация о рекламируемом товаре, а также наименовании или имени лица, оказывающего предоставляемую финансовую услугу, на основании того, что наряду с пояснениями Тимофеева В.В., в материалах дела имеются акты приема-передачи листовок, расписки о вручении рекламной продукции собственникам помещений.

Кроме того, заявитель апелляционной жалобы полагает, что распространяемая карточка лицевого счета и прилагаемая к ней листовка содержат все предусмотренную законом информацию о предлагаемой услуге, в том числе наименование организации, предоставляющей финансовую услугу – ЗАО «Банк Русский Стандарт», генеральная лицензия Банка России №2289 выдана бессрочно 19 июля 2001 года.

Следовательно, потребитель рекламы, при осмотре объявлений в полном объеме получил все необходимую информацию по соответствующим финансовым услугам и их получению.

Представитель антимонопольного органа в судебное заседание не явился, о месте и времени судебного заседания извещен надлежащим образом, о чем свидетельствует уведомление № 672002777377127.

Представленным суду отзывом просит оставить обжалуемое решение без изменения, апелляционную жалобу без удовлетворения.

Представитель третьего лица Тимофеева В.В. в судебное заседание не явился, о месте и времени судебного заседания извещен надлежащим образом, о чем свидетельствует уведомление № 67200277737134.

Информация о принятии апелляционной жалобы к производству, о времени и месте судебного заседания размещена судом апелляционной инстанции на официальном сайте арбитражного суда в сети Интернет 12.08.2014.

Согласно пункту 2 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации неявка лиц, участвующих в деле, надлежащим образом извещенных о месте и времени судебного заседания, не является препятствием для рассмотрения дела по существу.

О месте и времени судебного заседания стороны извещены надлежащим образом в порядке частей 1, 6 статьи 121, статей 122, 123 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Четвертый арбитражный апелляционный суд, рассмотрев дело в порядке главы 34 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, проверив обоснованность доводов, изложенных в апелляционной жалобе и отзыве на нее, изучив материалы дела, проверив правильность применения судом первой инстанции норм материального и процессуального права, пришел к следующим выводам.

Суд апелляционной инстанции считает, что суд первой инстанции правильно установил фактические обстоятельства дела и дал им надлежащую правовую

квалификацию, в связи с чем, у суда нет оснований к удовлетворению апелляционной жалобы.

Выводы суда первой инстанции являются верными и соответствуют обстоятельствам рассматриваемого дела.

В соответствии с частью 1 статьи 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ граждане, организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, 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.

Согласно части 4 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса РФ при рассмотрении дел об оспаривании ненормативных правовых актов, решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц арбитражный суд в судебном заседании осуществляет проверку оспариваемого акта или его отдельных положений, оспариваемых решений и действий (бездействия) и устанавливает их соответствие закону или иному нормативному правовому акту, устанавливает наличие полномочий у органа или лица, которые приняли оспариваемый акт, решение или совершили оспариваемые действия (бездействие), а также устанавливает, нарушают ли оспариваемый акт, решение и действия (бездействие) права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

При этом в силу части 5 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса РФ 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).

Суд апелляционной инстанции, с учетом пунктов 1, 4, 5.3.1.1 Положения о Федеральной антимонопольной службе, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 N 331, пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 и 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ, пунктов 37, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 N 508, соглашается с выводом суда первой инстанции о том, что решение от 27.01.2014 №44 вынесено уполномоченным органом в пределах его компетенции.

Как следует из материалов настоящего дела, заявления от Тимофеева В.В. (вх. № 9181 от 05.09.2013г. и вх. № 9310 от 09.09.2013г.) о нарушении требований законодательства о рекламе, в связи с распространением рекламы на обратной стороне карточки лицевого счета № 0264538 от 23.07.2013 следующего содержания: «Скидки на стальные двери до 18% цены от 3900 рублей, слева и справа имеется изображение дверей, КРЕДИТ ТЦ «Ручей» Новый зал, цокольный этаж «Теплый мир тел.: 72-32-07, 72-78-22 ».

С учетом данных обстоятельств 24.01.2014 Иркутским УФАС России возбуждено дело № 103 по факту распространения данной рекламы. К участию в его рассмотрении привлечены: рекламодатель - ИП Ветров В.А.; рекламораспространители - ОАО

«Западное управление жилищно-коммунальными системами», ООО «Иркутская процессинговая компания», ИП Шлепнева Е.И., ООО «Медиа-агентство Прайм-тайм пиар»; заявитель - Тимофеев В.В.

По результатам рассмотрения заявлений комиссия антимонопольного органа, вынесла решение от 24.02.2014 № 127 (т.1, л.д.14-18) согласно которому была признана ненадлежащей реклама следующего содержания: «Скидки на стальные двери до 18% цены от 3900 рублей, слева и справа имеется изображение дверей, КРЕДИТ ТЦ «Ручей» Новый зал, цокольный этаж «Теплый мир тел.: 72-32-07, 72-78-22 », распространенную на обратной стороне карточки лицевого счета № 0264538 от 23.07.2013г. с нарушением требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ, поскольку в рекламе отсутствует существенная информация о рекламируемом товаре, а также наименование или имя лица оказывающего рекламируемую финансовую услугу.

Кроме того, антимонопольный орган оспариваемым решением прекратил участие ИП Шлепнева Е.И., ОАО «Западное управление жилищно-коммунальными системами», ООО «Медиа-агентство Прайм-тайм пиар» в деле в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (т.1 , л. 18).

Общество полагая, что указанное решение антимонопольного органа является незаконным, нарушающим его права и законные интересы, как рекламодателя обратилось в суд с рассматриваемым требованием.

Как правильно указал суд первой инстанции, отношения в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе".

В соответствии с положениями статей 33 и 36 Закона о рекламе антимонопольный орган в пределах своих полномочий по собственной инициативе, представлению прокурора, обращениям органов государственной власти или органов местного самоуправления, а также по заявлениям физических или юридических лиц возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные Федеральным законом.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается информация, распространяемая 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В связи с указанным, суд апелляционной инстанции соглашается с выводами суда первой инстанции и антимонопольного органа, о том, что информация, распространенная в карточке лицевого счета № 0264538 от 23.07.2013, содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена посредством печати на карточке лицевого счета; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и

поддерживать интерес к конкретным товарам (услугам), предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Как следует из прямого толкования статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной, недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются, не допускается также 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.

Статьей 28 Закона N 38-ФЗ предусмотрены специальные требования к порядку размещения рекламы банковских, страховых и иных финансовых услуг, а также к содержанию такой рекламы.

Так, согласно части 1 статьи 28 Закона N 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).

В силу части 3 той же статьи, 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.

При этом в соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции» под финансовой услугой понимается 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.

В соответствии с пунктом 6 статьи 4 Закона N 135-ФЗ финансовой организацией является хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги.

В связи с указанным, суд апелляционной инстанции соглашается с выводом суда первой инстанции о том, что указание правильных реквизитов организации, предоставляющей услуги по кредиту (финансовые услуги), является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Как следует из рассматриваемого рекламного продукта, он содержит предложение, обращенное к потенциальным покупателям товаров магазина «Теплый мир» о предоставлении кредита, направленное на привлечение внимания лиц, заинтересованных услугой по предоставлению кредита при покупке товаров, суд пришел к выводу, что такое указание воспринимается как предложение в получении именно финансовой услуги.

При этом в тексте рекламного объявления отсутствуют сведения для однозначного вывода о лице, предоставляющем кредит и о его форме.

В связи с чем, суд первой инстанции пришел к правомерному выводу о том, что рассматриваемый рекламный продукт не содержит сведений о конкретном лице, оказывающем услугу по предоставлению кредита, то есть сведения, которые в силу части 1 статьи 28 Закона о рекламе являются обязательными, а из его содержания не представляется возможным установить, о каком именно кредите идет речь: товарном, коммерческом (отсрочка, рассрочка платежа и т.д.) или банковском.

Как было верно указано судом первой инстанции, правовое регулирование обязательств по кредиту осуществляется нормами главы 42 Гражданского кодекса Российской Федерации, в которой установлено несколько видов кредитования: банковский, товарный и коммерческий.

Пунктом 1 статьи 819 Гражданского кодекса Российской Федерации предусмотрено, что по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную

денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Сторонами может быть заключен договор, предусматривающий обязанность одной стороны предоставить другой стороне вещи, определенные родовыми признаками (договор товарного кредита). К такому договору применяются правила параграфа 2 настоящей главы, если иное не предусмотрено таким договором и не вытекает из существа обязательства (статья 822 Гражданского кодекса Российской Федерации).

В силу статьи 823 Гражданского кодекса Российской Федерации договорами, исполнение которых связано с передачей в собственность другой стороне денежных сумм или других вещей, определяемых родовыми признаками, может предусматриваться предоставление кредита, в том числе в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ или услуг (коммерческий кредит), если иное не установлено законом. К коммерческому кредиту соответственно применяются правила настоящей главы, если иное не предусмотрено правилами о договоре, из которого возникло соответствующее обязательство, и не противоречит существу такого обязательства.

Таким образом, каждый из предусмотренных Гражданским кодексом Российской Федерации видов кредитов имеет свои особенности при заключении договоров и их исполнении, которые могут влиять на оценку потребителей своих возможностей по фактическому приобретению товаров, работ, услуг, в том числе предлагаемых магазином «Теплый мир».

Как было правильно указано судом первой инстанции, отсутствие в тексте рекламы указанных существенных сведений искажает смысл информации, так как одно лишь включение в рекламу слова «кредит» не дает потребителям рекламы верного, соответствующего действительности представления об условиях приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг), отсутствие сведений о форме предоставления кредита не позволяет потребителям обоснованно, с учетом своих возможностей, принять решение о необходимости приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг) на предложенных условиях оплаты либо об отказе от этого, соответственно, вводит потенциальных покупателей в заблуждение.

Следовательно, рассматриваемая реклама, являясь ненадлежащей, нарушает также требования, установленные частью 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Учитывая изложенное, суд апелляционной инстанции приходит к выводу о том, что оспариваемое Обществом решение УФАС по Иркутской области соответствует действующему законодательству, прав и законных интересов ООО «Иркутская процессинговая компания», как рекламодателя, не нарушает.

Арбитражный суд в силу части 1 статьи 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации оценивает доказательства по своему внутреннему убеждению, основанному на всестороннем, полном, объективном и непосредственном исследовании имеющихся в деле доказательств.

Доводы апелляционной жалобы о том, что суд первой инстанции не принял во внимание, что вместе с распространяемой рекламой на карточках лицевого счета, рекламодатель прилагал листовку со сведениями о лице, выдававшем кредит по данной рекламе и его форме, не принимаются судом, поскольку материалами дела не подтверждается, что указанная информация распространялась вместе с рекламой и была доведена до ее потребителя, вместе со сведениями о кредите.

Ссылки в апелляционной жалобе на акты приема-передачи и расписки о вручении рекламной продукции собственникам помещений, судом апелляционной инстанции оцениваются критически, поскольку имеющийся в деле акт приема-передачи (т. 1, л.152) не свидетельствует о вручении указанной информации потребителям рекламы вместе со сведениями о кредите. Иных актов приема-передачи надлежащей рекламы потребителям, либо расписок о вручении рекламной продукции в материалы дела не представлено.

Таким образом, по мнению суда апелляционной инстанции, суд первой инстанции

в соответствии со статьей 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации дал полную и всестороннюю оценку имеющимся в деле доказательствам в их взаимосвязи и совокупности и пришел к обоснованному выводу об отказе заявителю в удовлетворении требований.

При таких фактических обстоятельствах и правовом регулировании у суда апелляционной инстанции отсутствуют основания, предусмотренные статьей 270 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, для отмены или изменения решения суда первой инстанции.

На основании изложенного, у суда апелляционной инстанции отсутствуют законные основания для удовлетворения апелляционной жалобы.

Суд, руководствуясь статьями 258, 268, 269, 270, 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации,

П О С Т А Н О В И Л:

Решение Арбитражного суда Иркутской области от «17» июня 2014 года по делу №А19-5569/2014, оставить без изменения, апелляционную жалобу – без удовлетворения.

Постановление арбитражного суда апелляционной инстанции вступает в законную силу со дня его принятия.

Постановление может быть обжаловано в арбитражный суд кассационной инстанции в срок, не превышающий двух месяцев со дня вступления его в законную силу.

Председательствующий судья

Е.В. Желтоухов

Судьи

В.А. Сидоренко

Д.Н. Рылов