



СЕДЬМОЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД

634050, г. Томск, ул. Набережная реки Ушайки, 24

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

г. Томск
«22» января 2013 года

Дело № А02-1725/2012

Резолютивная часть постановления объявлена 15 января 2013 года

Полный текст постановления изготовлен 22 января 2013 года

Седьмой арбитражный апелляционный суд в составе:

председательствующего Ждановой Л.И.

судей: Бородулиной И.И., Полосина А.Л.

при ведении протокола судебного заседания помощником судьи Никитиной А.Г. с использованием средств аудиозаписи при участии:

от заявителя: Галкин Р.С. по доверенности от 02.02.2012 года (сроком на 1 год)

от заинтересованного лица: без участия (извещено)

рассмотрев в судебном заседании апелляционную жалобу Общества с ограниченной ответственностью "СервисТрейд"

на решение Арбитражного суда Республики Алтай

от 12 ноября 2012 года по делу № А02-1725/2012 (судья Соколова А.Н.)

по заявлению общества с ограниченной ответственностью «СервисТрейд» (ОГРН: 1107746080738, ИНН: 7723747460, 107497, г. Москва, ул. Монтажная, д. 7, стр. 8)

к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай (ОГРН: 1020400754890, ИНН: 0411073679, 649000, Республика Алтай, г. Горно-Алтайск, ул. Улагашева, д. 13)

о признании незаконным и отмене постановления о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении от 28 июня 2012 года № 9р,

УСТАНОВИЛ:

Общество с ограниченной ответственностью «СервисТрейд» (далее – ООО «СервисТрейд», общество, заявитель) обратилось в Арбитражный суд Республики Алтай с заявлением о признании незаконным и отмене постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай (далее – управление, антимонопольный орган, заинтересованное лицо) от 28 июня 2012 года № 9р о привлечении к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Решением Арбитражного суда Республики Алтай от 12 ноября 2012 года в удовлетворении заявленных требований отказано.

Не согласившись с принятым судебным актом, Общество обратилось с апелляционной жалобой, в которой просит решение отменить, принять по делу новый судебный акт.

Апеллянт считает, что рекламные материалы, размещенные в магазине, доступные неопределенному кругу лиц, являются достоверными, в них содержится полная информация об условиях приобретения товаров, смысл информации не искажался, являлся доступным для всех потребителей.

Подробно доводы заявителя изложены в апелляционной жалобе.

Представитель заявителя в судебном заседании поддержал апелляционную жалобу по изложенным в ней доводам.

Заинтересованное лицо в отзыве на апелляционную жалобу возражает против ее доводов, просит решение оставить без изменения, а апелляционную жалобу – без удовлетворения.

Письменный отзыв заявителя приобщен к материалам дела.

Заинтересованное лицо, надлежащим образом извещенное о времени и месте судебного разбирательства (суд апелляционной инстанции располагает сведениями о получении адресатами направленной копии судебного акта (часть 1 статьи 123 АПК РФ)), в том числе публично, путем размещения информации о дате и времени слушания дела на интерне-сайте суда, в судебное заседание апелляционной инстанции не явилось.

В порядке части 1 статьи 266, частей 1, 3 статьи 156 АПК РФ суд считает возможным рассмотреть апелляционную жалобу в отсутствие заинтересованного лица.

Проверив материалы дела в порядке статьи 268 Арбитражного процессуального кодекса РФ, изучив доводы апелляционной жалобы и отзыва на нее, заслушав представителя заявителя, суд апелляционной инстанции считает решение Арбитражного суда Республики Алтай от 12 ноября 2012 года не подлежащим отмене по следующим основаниям.

Как следует из материалов дела, 25.12.2011 в Управление обратилась гражданка Левина Е.В. с жалобой, из которой следует, что она приобрела в магазине «Техносила» бытовую вытяжку САТА Р 3060 Бианка. В процессе установки вытяжки выяснилось, что данная вытяжка не подходит по размерам. По этой причине Левина Е.В. обратилась в магазин с просьбой заменить вытяжку на иную, поскольку при приобретении вытяжки она ознакомилась с распространяемой рекламой акции «Купил! Передумал? Поменяем!». В магазине в замене товара потребителю отказано в связи с тем, что приобретенная ею вытяжка относится к категории технически сложных товаров бытового назначения.

31.01.2012 года на основании приказа от 30.01.2012 года № 16 Управлением антимонопольной службы проведена внеплановая выездная проверка деятельности ООО «СервисТрейд» по месту нахождения обособленного подразделения общества – магазина «Техносила», расположенного по адресу: 649002, Республика Алтай, г. Горно-Алтайск, пр. Коммунистический, 11, на предмет соблюдения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Закон о рекламе, Федеральный закон №38-ФЗ)..

В ходе проверки был установлен факт распространения рекламы акции «Купил! Передумал? Поменяем!» следующего информационного содержания: «Купил! Передумал? Поменяем! Вы всегда можете поменять товар на лучший. Мы всегда к покупателю лицом! Техносила. Для получения более подробной информации обращайтесь к нашим продавцам. Покупатель может произвести обмен товара в течении 14-ти дней не считая дня его покупки. Перечень товаров, не подлежащих обмену, спрашивайте у наших продавцов».

Решением Управления от 18.04.2012 размещенная заявителем реклама в соответствии с пунктом 5 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» признана недостоверной, поскольку содержит не соответствующие действительности сведения об условиях обмена товара.

17.05.2012 в отношении общества составлен протокол № 9р об административных правонарушениях.

По результатам рассмотрения протокола № 9р от 17.05.2012 и материалов административного дела Управлением вынесено постановление № 9р о назначении Обществу административного наказания по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в виде штрафа в сумме 100 000 рублей.

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

Отказывая в удовлетворении заявленных требований, суд первой инстанции принял по существу правильное решение.

Отказывая в удовлетворении заявленного требования, суд первой инстанции исходил из доказанности факта распространения недостоверной информации, факта введения в заблуждение потребителей рекламы, что подтверждает нарушение обществом пункта 5 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Выводы арбитражного суда первой инстанции соответствуют нормам материального права, установленным по делу обстоятельствам и имеющимся доказательствам.

Седьмой арбитражный апелляционный суд поддерживает выводы, изложенные в решении суда первой инстанции, в связи с чем, отклоняет доводы апелляционной жалобы, при этом исходит из установленных фактических обстоятельств дела и следующих норм права.

В соответствии с пунктом 6 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 рассмотрении дела об оспаривании решения административного органа арбитражный суд не связан доводами, содержащимися в заявлении, и проверяет оспариваемое решение в полном объеме.

Статьей 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем законодательства о рекламе.

Объектом предусмотренных данной статьей административных правонарушений являются общественные отношения в области рекламы.

Объективная сторона административных правонарушений состоит в нарушении обязательных требований Федерального закона о рекламе.

В соответствии с пунктами 1 и 2 статьи 26.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях доказательствами по делу об административном правонарушении являются любые фактические данные, на основании которых судья, орган, должностное лицо, в производстве которых находится дело, устанавливают наличие или отсутствие события административного правонарушения, виновность лица, привлекаемого к административной ответственности, а также иные обстоятельства, имеющие значение для правильного разрешения дела.

Эти данные устанавливаются протоколом об административном правонарушении, иными протоколами, предусмотренными настоящим Кодексом, объяснениями лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, показаниями потерпевшего, свидетелей, заключениями эксперта, иными документами, а также показаниями специальных технических средств, вещественными доказательствами

Исходя из статьи 3 Закона о рекламе, 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.

В соответствии с частью 1, пунктом 5 части 3 статьи 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 об условиях доставки, обмена, ремонта и обслуживания товара

Согласно части 1 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Частью 1 статьи 36 Закона о рекламе предусмотрено, что антимонопольный орган в пределах своих полномочий возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные настоящим Федеральным законом.

Частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, за нарушение части 3 статьи 5 настоящего Федерального закона ответственность возложена на рекламодателя.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Принимая во внимание, что продавцом товара, реализуемого в магазине ООО «СервисТрейд» в г. Горно-Алтайске, является ООО «СервисТрейд» а также факт распространения рекламы акции «Купил, Передумал? Поменяем!» в принадлежащем Обществу магазине «Техносила» в г. Горно-Алтайске, рекламодателем является заявитель, что апеллянтом и не оспаривается.

Как следует из материалов дела и установлено арбитражным судом, в обмене приобретенной вытяжки Левиной Е.В. отказано в связи с тем, что указанный товар относится к категории технически сложных бытовых товаров, не подлежащих в силу постановления Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 № 55, которым утвержден перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размеров, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации (ответ Левиной Е.В. на заявление об обмене). Кроме того, при даче объяснений сотрудникам антимонопольной службы 31.01.2012 директор магазина Таранова И.А. пояснила, что акция «Купил! Передумал? Поменяем!» проходила в 2010 году, в настоящий момент не проходит.

Исходя из текста рекламных плакатов на л.д.32-33, 40 т.2, арбитражный суд пришел к правильному выводу о том, что в вышеизложенной рекламе доступной является только одно условие, а именно: «Купил! Передумал? Поменяем! Вы всегда можете поменять товар на лучший. Мы всегда к покупателю лицом! Техносила», учитывая способ ее доведения до потребителей рекламы. Так, предложение рекламы: «Купил! Передумал? Вы всегда можете поменять товар на лучший. Мы всегда к покупателю лицом! Техносила...» выполнены крупным шрифтом, позволяющим их прочесть, а предложение рекламы «...Для получения более подробной информации обращайтесь к нашим продавцам. Покупатель может произвести обмен товара в течение 14-ти дней, не считая его покупки. Перечень товаров, не подлежащих обмену, спрашивайте у наших продавцов», выполнено более мелким шрифтом, что ограничивает и затрудняет его восприятие.

Вместе с тем, в соответствии с Законом о рекламе, реклама должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение. При этом потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления об услуге при восприятии конкретного рекламоносителя, а не совокупности всех распространенных к определенному моменту рекламных материалов.

Материалы административного дела свидетельствуют, что распоряжение №092 от 05.04.2010, утверждает правила обмена товаров надлежащего качества в рамках проводимой

акции с наименованием «Купил! Передумал? Поменяем!». Условия акции размещены на стендах в магазине, сайте магазина. При этом правилами акции не предусмотрен обмен бытовой техники, к которой отнесены вытяжки.

Поскольку условия акции распространены на определенный перечень товаров, приобретенных в магазине «ТехноСила» ООО «Сервис Трейд», а из текста рекламы следует, что проводимая акция действует в отношении всех товаров, реализуемых в магазине "Техносила", а не определенной его части, и всегда, то есть постоянно, следовательно, реклама содержит не соответствующие действительности сведения, а потому правомерно признана антимонопольным органом ненадлежащей.

Довод апелланта о том, что в распространяемой акции имеется ссылка на получение информации у продавцов, а также на получение необходимой информации на сайте заявителя, был предметом оценки арбитражного суда и обоснованно им, исходя из следующего.

Информация об акции, доводимая до покупателей (а не потребителей рекламы) продавцами, не является рекламой, так как рекламой является информация, адресованная неопределенному кругу лиц, тогда как продавец магазина доводит информацию до определенного круга лиц - одного или нескольких конкретных покупателей. В соответствии со статьей 8 Закона РФ "О защите прав потребителей", потребитель вправе потребовать представления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце) и реализуемых им товарах (работах, услугах), которая в наглядной и доступной форме доводится до сведения потребителей, а согласно части 2 статьи 2 Федерального закона "О рекламе" закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом.

Тем более, потребитель, приобретая товар в магазине по акции, условия которой изложены в спорной рекламе, не имеет возможности и не обязан знакомиться с сайтом в сети Интернет, на котором размещена информация об условиях акции и товарах, на которые распространяется акция.

Данные обстоятельства в совокупности с текстом рекламы однозначно указывают на то, что рассматриваемая реклама содержит недостоверные сведения и вводит потребителя в заблуждение, что свидетельствует о нарушении Обществом пункта 5 части 3 статьи 5 Закона N 38-ФЗ и влечет административную ответственность по части 1 статьи 14.13 КоАП РФ.

Ссылка апелланта на тот факт, что вытяжка, приобретенная гражданкой Левиной Е.В., находилась в употреблении, в связи с чем, не может участвовать в акции, несостоятельна, так как попытка установить вытяжку, которая не подошла по размеру, является доказательством не возможности использования товара по назначению.

В соответствии с пунктом 3 статьи 26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении подлежит выяснению виновность лица в его совершении.

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

Согласно статье 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 субъектов Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Из приведенных норм следует, что виновность юридического лица в совершении административного правонарушения определяется в зависимости от принятия им исчерпывающих мер по соблюдению требований действующего законодательства.

О вине общества в допущенном правонарушении свидетельствует тот факт, что у общества имелась возможность для соблюдения требований Закона о рекламе, но им не были предприняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Доказательства, подтверждающие отсутствие у общества реальной возможности соблюдать требования действующего законодательства о рекламе с целью предотвращения совершения административного правонарушения, в материалах дела отсутствуют.

Таким образом, наличие в действиях ООО «СервисТрейд» состава административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, является доказанным.

Протокол об административном правонарушении составлен уполномоченным должностным лицом, в соответствии с предъявляемыми Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях требованиями, в присутствии представителя общества Власенкова Е.П. О дате и времени рассмотрения материалов административного дела общество было уведомлено надлежащим образом.

Оспариваемое постановление вынесено исполняющим руководителя Управления Петровым Д.С., который согласно статье 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, является лицом, уполномоченным на рассмотрение дел об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 23.48 КоАП РФ федеральный антимонопольный орган, его территориальные органы рассматривают дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ, устанавливающей ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Согласно части 2 статьи 23.48 КоАП РФ рассматривать дела об административных правонарушениях вправе руководитель федерального антимонопольного органа, его заместители; руководители структурных подразделений федерального антимонопольного органа, их заместители, за исключением дел об административных правонарушениях, предусмотренных статьями 14.3, 14.9, 14.31 - 14.33 настоящего Кодекса; руководители территориальных органов федерального антимонопольного органа, их заместители.

Суд апелляционной инстанции отклоняет довод апеллянта о том, что в акте № 1 от 16.02.2012 года отсутствуют признаки выявленного нарушения, поскольку акт проверки, являясь процессуальным документом, фиксирует наличие (отсутствие) признаков нарушения закона. Следует отменить, что квалификация допущенного Обществом нарушения Федерального закона о рекламе содержится в решении Комиссии УФАС по Республике Алтай от 18.04.2012 года по делу № 7 от 19.03.2012 года и оспариваемом постановлении.

Нарушение порядка и срока давности привлечения Общества к административной ответственности суд апелляционной инстанции не находит.

Таким образом, материалами дела подтверждается, что в действиях Общества содержится состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Размер штрафа соответствует размеру санкции, предусмотренной статьей 14.3 КоАП РФ.

Основания для признания совершенного заявителем правонарушения малозначительным отсутствуют.

Учитывая изложенное, принятое арбитражным судом первой инстанции решение является законным, судом полно и всесторонне исследованы имеющиеся в материалах дела доказательства, им дана правильная оценка, нарушений норм материального и процессуального права не допущено, оснований для отмены решения суда первой инстанции, установленных статьей 270 Арбитражного процессуального кодекса РФ, а равно принятия доводов апелляционных жалоб, у суда апелляционной инстанции не имеется.

Руководствуясь пунктом 1 статьи 269, статьей 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, апелляционный суд

ПОСТАНОВИЛ:

Решение Арбитражного суда Республики Алтай от 12 ноября 2012 года по делу № А02-1725/2012 оставить без изменения, а апелляционную жалобу – без удовлетворения.

Постановление вступает в законную силу со дня его принятия.

Постановление может быть обжаловано в Федеральный арбитражный суд Западно-Сибирского округа.

Председательствующий

Л.И. Жданова

Судьи

И.И. Бородулина

А.Л. Полосин