



Арбитражный суд Липецкой области  
ул. Скороходова, 2, г. Липецк, 398019  
<http://lipetsk.arbitr.ru>, e-mail: [arbsud@lipetsk.ru](mailto:arbsud@lipetsk.ru)

Именем Российской Федерации  
РЕШЕНИЕ

г. Липецк

Дело № А36-400/2011

«23» июня 2011 г.

Резолютивная часть решения объявлена 16 июня 2011 года.  
Решение в полном объеме изготовлено 23 июня 2011 года.

Арбитражный суд Липецкой области в составе судьи Захаровой Е.И.,  
при ведении протокола судебного заседания помощником судьи  
Малышевым Я.С.,  
рассмотрев в судебном заседании дело по заявлению

Общества с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн»,  
г. Москва

заинтересованное лицо: Управление Федеральной антимонопольной  
службы по Липецкой области, г. Липецк

о признании недействительными решений Управления Федеральной  
антимонопольной службы по Липецкой области № 5303 по делу № 93 и  
№ 5305 по делу № 92, возбужденных по признакам нарушения  
законодательства о рекламе; предписаний Управления Федеральной  
антимонопольной службы по Липецкой области № 93 и 92, постановления от  
28.02.2011 года № 667 о наложении штрафа по делу об административном  
правонарушении № 2-Р-11

при участии в судебном заседании:

от заявителя: не явился,

от заинтересованного лица: Кудинова А.В. – специалиста-эксперта  
отдела рекламы и недобросовестной конкуренции (доверенность от  
11.05.2011 года № 43),

## УСТАНОВИЛ:

Общество с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн» (далее – ООО «Медиа-Маркт-Сатурн», заявитель, Общество) обратилось в Арбитражный суд Липецкой области с заявлением о признании недействительными решений Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области № 5303 по делу № 93 и № 5305 по делу № 92, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе и предписаний Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области № 93 и 92 (т. 1, л.д. 3-7).

Определением от 23.03.2011 года арбитражный суд принял заявление и возбудил производство по делу (т. 1, л.д. 1,2).

До начала предварительного судебного заседания 25.03.2011 года от ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» поступили дополнения к заявлению от 14.02.2011 года, согласно которым Общество просило признать недействительным также постановление от 28.02.2011 года № 667 о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 2-Р-11.

Руководствуясь частью 2 статьи 45, частью 1 статьи 49, частями 3,5 статьи 184 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее – АПК РФ) арбитражным судом вынесено протокольное определение о принятии изменения заявителем предмета требований к рассмотрению (т. 5, л.д. 10,11).

Таким образом, исходя из доказательств, представленных в материалы дела, а также с учетом положений статей 201, 211 АПК РФ предметом рассмотрения в деле № А36-400/2011 являются требования ООО «Медиа-Маркт-Сатурн», с учетом их уточнения, о признании недействительными решений Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области № 5303 по делу № 92 и № 5306 по делу № 93, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе; предписаний Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области № 93 и 92, а также о признании незаконным и отмене постановления от 28.02.2011 года № 667 о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 2-Р-11, принятого Липецким УФАС России, за совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – АПК РФ).

Представитель заявителя в настоящее судебное заседание не явился. Тем не менее, от него поступило письменное ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя Общества и письменные пояснения от 01.06.2011 года, согласно которым Общество указывает, что Липецкое УФАС России не было уполномочено выносить оспариваемые акты в связи с тем, что им не устанавливался факт распространения рекламной информации на территориях, подведомственным иным Управлениям ФАС России, или

отсутствие такового; информация о кредитовании и об акции была включена в иные региональные каталоги Общества.

В ранее представленных дополнительных пояснениях заявитель также указал на следующее: 1) информация о кредитовании не является рекламой финансовой услуги, поскольку направлена на продвижение товаров и привлечение внимания покупателей к дополнительным возможностям Общества; 2) информация, содержащаяся в рекламном каталоге, не являлась рекламой пива, так как целью соответствующей рекламной компании было привлечение внимания потребителей к продаваемым товарам, а не к формированию или поддержанию интереса к пиву (т. 5, л.д. 1-3).

В соответствии с частью 1 статьи 123 АПК РФ арбитражный суд полагает, что Общество своевременно и надлежащим образом извещено о времени и месте судебного заседания, о чем свидетельствует уведомление органа почтовой связи № 398000 34 69571 3.

Руководствуясь частью 2 статьи 200, частью 2 статьи 210 АПК РФ арбитражный суд приходит к выводу о том, что дело подлежит рассмотрению в отсутствие не явившегося представителя заявителя, извещенного надлежащим образом о времени и месте судебного заседания.

В связи с необходимостью представления заинтересованным лицом в материалы дела дополнительных пояснений, а также в целях объективного и всестороннего рассмотрения материалов дела, руководствуясь статьей 163 АПК РФ, арбитражный суд объявил перерыв в судебном заседании до 16.06.2011 года до 16 часов 20 минут.

После перерыва представитель Липецкого УФАС России возражал против удовлетворения требований Общества по основаниям, изложенным в письменном отзыве от 14.04.2011 года № 1398 и дополнительных возражениях от 11.05.2011 года № 1775 и от 08.06.2011 года № 2133, пояснив о том, что оспариваемые ненормативные правовые акты антимонопольного органа и постановление № 667 о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 2-Р-11 являются законными и обоснованными, а рекламная информация, содержащая признаки нарушения законодательства РФ о рекламе, распространялась только на территории Липецкой области, в связи с чем отсутствовала обязанность по заявлению ходатайства перед ФАС России о наделении полномочиями по возбуждению и рассмотрению соответствующих дел (т. 2, л.д. 13-17, т. 5, л.д. 18-20).

Арбитражный суд, выслушав позицию представителя заявителя, исследовав и оценив в совокупности имеющиеся в деле доказательства, с учетом их относимости, допустимости, достоверности, а также достаточности и взаимной связи установил следующее.

Свидетельством серии 48 № 005915769 подтверждается государственная регистрация Общества с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн» в качестве юридического лица за основным государственным регистрационным номером 1057747537430 (т. 1, л.д. 119).

Как следует из материалов дела, 13.10.2010 года был выявлен факт распространения в г. Липецке в рекламном каталоге магазина электроники «Media Markt» рекламы, в которой говорится: «Октоберфест в Media Markt. Цены аппетитнее, чем ожидаешь. Воспроизведение mp3 и ipreg через USB, контрастность 50000:1, 2 входа HDMI...».

29.11.2010 года председателем комиссии Липецкого УФАС России было вынесено определение о возбуждении производства по делу № 92 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в отношении ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» (т. 4, л.д. 66-68).

15.12.2010 года комиссией Липецкого УФАС России по результатам рассмотрения антимонопольного дела № 92 было принято решение № 5303, в соответствии с которым ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» признано нарушившим пункт 6 части 2, часть 3 статьи 22, часть 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе». Из указанного решения следует, что Липецкое УФАС России установило нарушения законодательства о рекламе в связи с распространением рекламы финансовых услуг без указания наименования лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование), а также рекламы пива на расстоянии менее ста метров от медицинского учреждения с предупреждением о вреде его чрезмерного употребления, которому было отведено менее 10% рекламного пространства (т. 3, л.д. 198-203).

Также комиссия решила передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ.

На основании решения комиссии Липецкого УФАС России от 15.12.2010 по делу № 92 ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» выдано предписание от 15.12.2010 № 92, которым Обществу предписано прекратить распространение рекламы с нарушением действующего законодательства РФ о рекламе в пятидневный срок со дня его получения (т. 3, л.д. 205,206).

Кроме того, 06.11.2010 года в г. Липецке в рекламном каталоге магазина электроники «Media Markt» распространялась реклама, в которой говорится: «Цены скромнее, чем ожидаешь. Технология 600 Гц Subfield Motion...Поддержка HDTV 720p...».

29.11.2010 года председателем комиссии Липецкого УФАС России было вынесено определение о возбуждении производства по делу № 93 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в отношении ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» (т. 4, л.д. 66-68).

15.12.2010 комиссией Липецкого УФАС России по результатам рассмотрения антимонопольного дела № 93 было принято решение № 5306, в соответствии с которым ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» признано нарушившим часть 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»). Из указанного решения следует, что Липецкое УФАС России установило нарушения законодательства о рекламе в связи с рекламированием финансовых услуг без указания наименования

лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование) (т. 4, л.д. 75-78).

На основании решения комиссии Липецкого УФАС России от 15.12.2010 по делу № 93 ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» выдано предписание от 15.12.2010 № 93, которым Обществу предписано прекратить распространение рекламы с нарушением действующего законодательства РФ о рекламе в пятидневный срок со дня его получения (т. 4, л.д. 80,81).

Полагая, что решения от 15.12.2010 № 5303 и № 5306 и выданные на их основании предписания от 15.12.2009 № 92 и № 93 приняты антимонопольным органом необоснованно, Общество с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн» обратилось в Арбитражный суд Липецкой области с заявлением о признании их незаконными.

Согласно части 1 статьи 4 АПК РФ заинтересованное лицо вправе обратиться в арбитражный суд за защитой своих нарушенных или оспариваемых прав и законных интересов, в том числе с требованием о присуждении ему компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок, в порядке, установленном настоящим Кодексом.

В силу части 1 статьи 198 АПК РФ 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.

Из положений части 1 статьи 198 АПК РФ следует, что ненормативный правовой акт органа, осуществляющего публичные полномочия, может быть признан незаконным только при наличии одновременно двух условий: 1) не соответствие оспариваемого ненормативного правового акта закону или иному нормативному правовому акту; 2) нарушение оспариваемым ненормативным правовым актом прав и законных интересов граждан, организаций и иных лиц (незаконное возложение обязанностей или создание препятствий).

В соответствии с частью 4 статьи 200 АПК РФ при рассмотрении дел об оспаривании ненормативных правовых актов, решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, 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.

Полномочия антимонопольного органа на принятие решений и предписаний в связи с рассмотрением дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе установлены статьями 33 и 36 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламой признается 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 силу пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под объектом рекламирования понимается 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.

При этом под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

В целях ФЗ «О рекламе», пунктом 5 статьи 3, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Как установлено частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» 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 пункта 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Наименования некоммерческих организаций, а в предусмотренных законом случаях наименования коммерческих организаций должны содержать указание на характер деятельности юридического лица.

Частью 3 статьи 28 указанного закона предусмотрено, что, 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» к финансовым услугам отнесены: 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.

Как следует из материалов дела, на странице 5 рекламного каталога магазина электроники «Media Markt», в которой говорится: «Октоберфест в Media Markt. Цены аппетитнее, чем ожидаешь. Воспроизведение mp3 и iped через USB, контрастность 50000:1, 2 входа HDMI...» и на странице 3 рекламного каталога, в котором говорится: «Цены скромнее, чем ожидаешь. Технология 600 Гц Subfield Motion...Поддержка HDTV 720p...» содержалась информация о выгодном кредитовании: «Оставайтесь финансово независимыми! Условия кредитования, предлагаемые нашими партнерами, обеспечат Вам оптимальные процентные ставки и гибкие сроки погашения платежей. Покупки сейчас, деньги потом!».

Административным органом установлено, материалами дела подтверждено, заявителем не оспорен факт распространения указанной информации в рекламных каталогах на территории г. Липецка. Как следует из пояснений заявителя, каталог распространялся на территории г. Липецка по поручению ООО «Медиа-Маркт-Сатурн», макет был предоставлен рекламораспространителю в готовом виде (т. 3, л.д. 12).

Информация о финансовой услуге – кредите, содержащаяся в вышеуказанных каталогах, обладает всеми признаками рекламы, содержащимися в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе».

При таких обстоятельствах, арбитражный суд приходит к выводу о том, что рассматриваемая информация о выгодном кредитовании является рекламой финансовой услуги.

Из материалов дела усматривается, что в тексте рекламы дается ссылка на предоставление кредита, что свидетельствует о побуждении неопределенного круга лиц вступить в определенные правоотношения, связанные с оформлением кредита.

Между тем, в нарушение части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама не содержит сведений о лице, оказывающем предоставление кредита, условия предоставления кредита.

Правовое регулирование обязательств по кредиту осуществляется нормами главы 42 Гражданского кодекса Российской Федерации, где

установлено несколько видов кредитования: банковский, товарный и коммерческий.

Согласно пункту 1 статьи 819 Гражданского кодекса Российской Федерации следует, что под кредитом понимаются денежные средства, предоставленные заемщику банком или иной кредитной организацией (кредитором) по кредитному договору в размере и на условиях, предусмотренных договором.

Статьей 822 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что товарный кредит предусматривает обязанность одной стороны предоставить другой стороне вещи, определенные родовыми признаками.

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 и услуг (коммерческий кредит).

Из вышеизложенных норм права следует, что 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.

Непосредственно из текстов спорной рекламной информации, размещенной в каталогах магазина электроники «Media Markt», указанных в решениях Липецкого УФАС России № 5303 и № 5306 от 15.12.2010 года, не следует, о каком именно кредите идет речь: товарном, коммерческом (отсрочка, рассрочка платежа и т.д.) или банковском, сами тексты рекламы финансовой услуги не содержат сведений о наименовании лица, предоставляющего услуги по оказанию кредита.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Отсутствие в текстах рекламы указанных существенных сведений искажает смысл информации, одно лишь включение в рекламу слова «кредит» не дает потребителям рекламы верного, соответствующего действительности представления об условиях приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг), о форме кредита, о лицах, предоставляющих услуги по кредиту, вводит потенциальных клиентов в заблуждение, и является нарушением требований, установленных частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, реклама финансовой услуги – кредита, содержащаяся в каталогах ООО «Медиа-Маркт-Сатурн», распространяемых на территории г. Липецка, без информации, касающейся наименования лица, оказывающего эти услуги, правомерно была квалифицирована антимонопольным как



ненадлежащая, в связи с ее несоответствием требованиям части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, в решении № 5303 от 15.12.2010 года по делу № 92 Липецким УФАС России Обществу вменяется нарушение положений пункта 6 части 2 и части 3 статьи 22 ФЗ «О рекламе», выразившееся в осуществлении рекламы пива на расстоянии менее ста метров от медицинского учреждения с предупреждением о вреде его чрезмерного употребления, которому было отведено менее 10% рекламного пространства (т. 3, л.д. 198-203).

В соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 22 ФЗ «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться, в том числе в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Согласно части 3 статьи 22 ФЗ «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Как следует из материалов дела, 13.10.2010 года государственным инспектором отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Тихомировым А.В. был выявлен факт распространения в г. Липецке (почтовый ящик жилого дома № 22, расположенного на улице М. Горького) рекламного каталога магазина электроники «Media Markt», в котором говорится: «Октоберфест в Media Markt. Цены аппетитнее, чем ожидаешь. Воспроизведение mp3 и ipod через USB, контрастность 50000:1, 2 входа HDIM...» (т. 3, л.д. 3,4).

На странице 8 указанного рекламного каталога содержалась следующая информация: «Октоберфест в Media Markt. В выходные свежайшее пиво всем покупателям!...» (т. 3, л.д. 5-8). Данная информация об объекте рекламирования – пиве, была направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц и обладала всеми признаками рекламы, содержащимися в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе».

Вышеуказанный рекламный каталог распространялся на территории г. Липецка на основании договора оказания услуг по доставке и распространению печатных материалов № 1/2008/MD от 02.07.2008 года,

заключенного между ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» (Заказчик) и ООО «ДИМЭКС» (Исполнитель) (т. 3, л.д. 12, 23-27).

В силу пункта 1.1. указанного Договора Заказчик поручает, а Исполнитель обязуется оказать услуги по доставке и распространению печатных материалов в соответствии с условиями настоящего договора по адресам доставки, согласованным Сторонами.

Согласно перечня адресов распространения печатных материалов, рекламный каталог, содержащий информацию: «Октоберфест в Media Markt. В выходные свежайшее пиво всем покупателям!...», подлежал распространению, в том числе по адресу: ул. М. Горького, д. 22 (т. 3, л.д. 44-62).

Вместе с тем, из материалов дела видно, что расстояние от жилого дома, расположенного по адресу: г. Липецк, ул. М. Горького, д. 22 до здания поликлиники, расположенной по адресу: г. Липецк, ул. Советская, д. 26, составляет около 28,6 метров (см. ответ департамента градостроительства и архитектуры администрации г. Липецка от 03.12.2010 года и схему расположения зданий т. 3, л.д. 75-76).

Кроме того, в рекламной информации содержалось предупреждение о вреде чрезмерного употребления. При этом, данному предупреждению отведено менее 10 % рекламного пространства (общая площадь рекламного пространства: 0,0137 кв.м., в то время как площадь предупреждения составила 0,0002 кв.м.).

Таким образом, реклама пива, содержащаяся в каталоге ООО «Медиа-Маркт-Сатурн», распространяемом на территории г. Липецка, содержала признаки нарушения положений пункта 6 части 2 и части 3 статьи 22 ФЗ «О рекламе».

Довод Общества о том, что Липецкое УФАС России не было уполномочено выносить оспариваемые акты в связи с тем, что им не устанавливался факт распространения рекламной информации на территориях, подведомственным иным Управлениям ФАС России, или отсутствие такового является несостоятельным по следующим основаниям.

На основании части 9 статьи 36 ФЗ «О рекламе» рассмотрение антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, осуществляется в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

Так, Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 года № 508 были утверждены Правила рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (в ред. Постановления Правительства РФ от 11.11.2010 N 886) (далее – Правила).

В соответствии с пунктами 3-5 Правил дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту

жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

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, выявивший 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.

Из материалов дела видно, что после выявления факта распространения ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» на территории г. Липецка рекламы, несоответствующей требованиям пункта 6 части 2, части 3 статьи 22 и части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе», Липецким УФАС России были направлены запросы в территориальные органы ФАС России о предоставлении сведений о распространении спорной рекламы на подведомственных территориях (т. 3, л.д. 70, т. 4, л.д. 59). Однако, какая-либо информация из территориальных органов ФАС России о наличии фактов распространения указанной в запросе рекламы на подведомственных территориях в адрес Липецкого УФАС России не поступила.

Кроме того, о возбуждении в отношении рекламодателя – ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» дела по признакам нарушения пункта 6 части 2, части 3 статьи 22 и части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» заинтересованным лицом был извещен территориальный орган ФАС России (Московский УФАС России) по месту нахождения лица, в отношении которого возбуждено дело (т. 3, л.д. 77, т. 4, л.д. 63).

С учетом изложенного арбитражный суд полагает, что Липецкое УФАС России обладало полномочиями по возбуждению и рассмотрению дел № 92, № 93 и вынесению оспариваемых решений и предписаний по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

При таких обстоятельствах, решения Липецкого УФАС России от 15.12.2010 года № 5303 и № 5306, вынесенные по факту нарушения ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» требований пункта 6 части 2, части 3 статьи 22 и части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» является законными и обоснованными.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 ФЗ «О рекламе» по результатам рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе на основании решения по делу комиссия выдает предписание.

Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе должно содержать указание о прекращении ее распространения.

Предписание оформляется в виде отдельного документа для каждого лица, которому надлежит осуществить определенные решением действия в установленный предписанием срок, подписывается председателем комиссии и членами комиссии, присутствующими на заседании комиссии.

Арбитражный суд полагает, что решение антимонопольного органа и выданное на его основании предписание, касающиеся одного и того же факта нарушения антимонопольного законодательства, неразрывно связаны друг с другом. Предписание не имеет под собой самостоятельного фактического основания, отличного от обстоятельств, положенных в основу решения, и имеет своей целью понудить к устранению выявленных нарушений антимонопольного законодательства.

Исходя из анализа имеющихся в материалах дела доказательств, арбитражный суд приходит к выводу, что выданные Липецким УФАС России предписания от 15.12.2010 года № 92 и № 93 по своей форме и своему содержанию соответствуют требованиям частей 3,4 статьи 36 ФЗ «О рекламе», Постановлению Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 года № 508 об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, характеру выявленных нарушений законодательства о рекламе, направлены на устранение выявленных нарушений пункта 6 части 2, части 3 статьи 22 и части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

С учетом изложенного арбитражный суд считает, что предписания Липецкого УФАС России от 15.12.2010 года № 92 и № 93 также являются законными и обоснованными.

В силу части 3 статьи 201 АПК РФ в случае, если арбитражный суд установит, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решения и действия (бездействие) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и не нарушают права и законные интересы заявителя, суд принимает решение об отказе в удовлетворении заявленного требования.

Арбитражным судом при рассмотрении данного дела установлено, что решения от 15.12.2010 года № 5303 и № 5306 и предписания от 15.12.2010 года № 92 и № 93 вынесены законно и обосновано, в связи с чем они не могут нарушать права и законные интересы заявителя.

При указанных обстоятельствах, требования ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» о признании недействительными решений Липецкого УФАС России

от 15.12.2010 № 5303 и № 5306 и предписаний Липецкого УФАС России от 15.12.2010 № 92 и № 93 не подлежат удовлетворению.

Относительно требования ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» о признании недействительным постановления от 28.02.2011 года № 667 о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 2-Р-11, принятого Липецким УФАС России, за совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, арбитражным судом установлено следующее.

14 января 2011 года должностным лицом Липецкого УФАС России составлен протокол № 2-Р-11 о совершении ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. Как следует из указанного протокола, Обществу вменено административное правонарушение, выразившееся в нарушении пункта 6 части 2, части 3 статьи 22 и части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» (т. 5, л.д. 26-31).

28 февраля 2011 года заместителем руководителя Липецкого УФАС России Ждановым Г.И. принято постановление о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 2-Р-11 в размере 100 000 рублей за совершение ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ (т. 5, л.д. 51-56).

Полагая, что указанное постановление о назначении административного наказания является необоснованным, Общество в соответствии с частью 1 статьи 208 АПК РФ обратилось в Арбитражный суд Липецкой области с заявлением о признании его недействительным.

Согласно части 3 статьи 30.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении, совершённом юридическим лицом или лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, обжалуется в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством.

Согласно частям 6,7 статьи 210 АПК 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.

В силу части 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса влечет наложение административного штрафа на юридических лиц от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Объектом указанного правонарушения являются общественные отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы.

Субъектами указанного правонарушения выступают рекламодаделец, рекламопроизводитель и рекламораспространитель.

Состав правонарушения является формальным, объективную сторону образует нарушение вышеуказанными субъектами законодательства о рекламе.

Как следует из оспариваемого постановления Липецкого УФАС России № 2-Р-11 от 28.02.2011 года, заявителю в качестве административного правонарушения вменено несоблюдение пункта 6 части 2, части 3 статьи 22 и части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

При рассмотрении данного дела в части проверки законности решений Липецкого УФАС России от 15.12.2010 года арбитражным судом было установлено распространение на территории г. Липецка рекламного каталога магазина электроники «Media Markt», в котором говорится: «Октоберфест в Media Markt. Цены аппетитнее, чем ожидаешь. Воспроизведение mp3 и ipod через USB, контрастность 50000:1, 2 входа HDMI...».

На странице 5 указанного каталога была размещена информация о выгодном кредитовании: «Оставайтесь финансово независимыми! Условия кредитования, предлагаемые нашими партнерами, обеспечат Вам оптимальные процентные ставки и гибкие сроки погашения платежей. Покупки сейчас, деньги потом!», а на странице 8 содержалась следующая информация: «Октоберфест в Media Markt. В выходные свежайшее пиво всем покупателям!...» (т. 3, л.д. 5-8).

Из протокола об административном правонарушении № 2-Р-11 от 14.01.2011 года, который послужил основанием для привлечения Общества к административной ответственности, и постановления о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 2-Р-11 от 28.02.2011 года следует, что событие административного правонарушения, вмененное в вину ООО «Медиа-Маркт-Сатурн», заключается в нарушении Обществом требований пункта 6 части 2, части 3 статьи 22 и части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» в связи с размещением рекламы финансовых услуг без указания

наименования лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование), а также рекламы пива на расстоянии менее ста метров от медицинского учреждения с предупреждением о вреде его чрезмерного употребления, которому было отведено менее 10% рекламного пространства.

Данные нарушения установлены Липецким УФАС России при рассмотрении антимонопольного дела № 92 и зафиксированы в решении № 5303 от 15.12.2010 года (т. 3, л.д. 198-203).

Таким образом, учитывая, что решение от 15.12.2010 года, принятое по результатам рассмотрения антимонопольного дела № 92, признано законным и обоснованным, арбитражный суд также считает, что Липецким УФАС России доказано событие административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ и вмененного в вину ООО «Медиа-Маркт-Сатурн».

Арбитражный суд также считает обоснованным вывод антимонопольного органа о наличии вины в действиях ООО «Медиа-Маркт-Сатурн».

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ 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.

По смыслу этой нормы права юридическое лицо как коллективный субъект располагает соответствующими этому статусу возможностями и способно принять иные (более весомые) меры, нежели физическое лицо, в целях соблюдения требований публичного порядка.

В ходе судебного разбирательства заявителем не были представлены доказательства, подтверждающие принятие им всех зависящих мер по соблюдению требований законодательства о рекламе, в том числе при размещении рекламной информации в каталоге магазина электроники «Media Markt», в котором говорится: «Октоберфест в Media Markt. Цены аппетитнее, чем ожидаешь. Воспроизведение mp3 и ipег через USB, контрастность 50000:1, 2 входа HDIM...».

Наличие обстоятельств, создающих непреодолимые препятствия для качественного исполнения Обществом обязанностей, возложенных на него нормами вышеназванного законодательства, судом не установлено. Суд находит, что в рассматриваемом случае имеет место пренебрежительное отношение заявителя к охраняемым законом общественным отношениям, возникающим в процессе производства, размещения и распространения рекламы.

Поскольку факт нарушения законодательства о рекламе установлен антимонопольным органом, нашел свое подтверждение в ходе судебного разбирательства, арбитражный суд полагает, что вывод Липецкого УФАС России о совершении ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, является обоснованным.

Полномочия государственного инспектора Липецкого УФАС России Тихомирова А.В. на составление протокола об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, установлены частью 1 статьи 28.3 КоАП РФ, приказом Липецкого УФАС России от 10.04.2008 года № 53 (т. 5, л.д. 60).

В соответствии с частью 1, пунктом 2 части 2 статьи 23.48 КоАП РФ, приказом ФАС России от 09.11.2009 года (т. 5, л.д. 59) арбитражный суд полагает, что заместитель руководителя Липецкого УФАС России Жданов Г.И. является должностным лицом, уполномоченным рассматривать дела об административных правонарушениях, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

С учетом изложенного арбитражный суд приходит к выводу о том, что протокол № 2-Р-11 от 14.01.2011 года об административном правонарушении и постановление № 2-Р-11 от 28.02.2011 года о наложении штрафа по делу об административном правонарушении приняты полномочными должностными лицами Липецкого УФАС России.

О времени и месте составления протокола и рассмотрения дела об административном правонарушении ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» было уведомлено надлежащим образом (т. 5, л.д. 23-25, 43-45, см. ответ Липецкого почтамта от 07.06.2011 года № 49.18.1-13/1-А). Вышеуказанные обстоятельства заявителем не оспаривались.

Материалами дела также подтверждается, что постановление о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 2-Р-11 от 28.02.2011 года принято в пределах срока давности привлечения к административной ответственности, установленного частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ, учитывая, что постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе должно быть вынесено не позднее одного года со дня его совершения.

Антимонопольный орган правомерно не усмотрел возможности оценки совершенного Обществом правонарушения как малозначительного в связи со следующим.

Согласно статье 2.9 КоАП РФ 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.



При этом применение положений статьи 2.9 КоАП РФ является правом, а не обязанностью должностного лица или суда и осуществляется с учетом конкретных обстоятельств дела.

В соответствии с п.п.18, 18.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» (в ред. Постановлений Пленума ВАС РФ от 20.06.2007 № 42, от 26.07.2007 № 46, от 20.11.2008 № 60) (далее – Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 г. № 10) при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения. Данные обстоятельства в силу частей 2 и 3 статьи 4.1 КоАП РФ учитываются при назначении административного наказания.

Возможность или невозможность квалификации деяния в качестве малозначительного не может быть установлена абстрактно, исходя из сформулированной в КоАП РФ конструкции состава административного правонарушения, за совершение которого установлена ответственность.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 вышеуказанного постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

В данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям состоит не в наступлении каких-либо негативных материальных последствий, а в пренебрежительном отношении Общества к исполнению своих публично-правовых обязанностей к формальным требованиям, предусмотренным пунктом 6 части 2, частью 3 статьи 22, частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Учитывая вышеизложенное, принимая во внимание, что данное правонарушение посягает на охраняемые государством общественные отношения и установленный порядок в области размещения и распространения рекламной информации, на права неопределенного круга лиц (возможных потребителей рекламируемой услуги), на получение полной и достоверной информации о рекламируемой услуге, арбитражный суд приходит к выводу о том, что последнее обладает высокой степенью общественной опасности, в связи с чем не может быть признано малозначительным.

При назначении наказания ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» административным органом был учтен характер совершенного административного правонарушения и административный штраф назначен в

пределах минимальной санкции, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, что не противоречит части 3 статьи 4.1 КоАП РФ.

В силу части 3 статьи 211 АПК 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 указанных обстоятельствах, арбитражный суд полагает, что постановление № 2-Р-11 от 28.02.2011 года о наложении штрафа по делу об административном правонарушении, которым ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» назначено наказания за совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ, является законным и обоснованным, в связи с этим требование Общества не подлежат удовлетворению.

Согласно статьи 101 АПК РФ судебные расходы состоят из государственной пошлины и судебных издержек, связанных с рассмотрением дела арбитражным судом.

В соответствии с частью 1 статьи 110 АПК РФ судебные расходы, понесенные лицами, участвующими в деле, в пользу которых принят судебный акт, взыскиваются арбитражным судом со стороны.

При обращении в арбитражный суд ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» на основании платежных поручений № 249 от 26.01.2011 года, № 300, № 301, № 302 от 16.03.2011 уплатило государственную пошлину в сумме 8 000 рублей за рассмотрение требований о признании недействительными решений от 15.12.2010 года № 5303 и № 5306 и предписаний от 15.12.2010 года № 92 и № 93 (т. 1, л.д. 9-12).

Кроме того, в ходе судебного разбирательства была уплачена государственная пошлина за рассмотрение требования о признании недействительным постановления № 667 от 28.02.2011 года по делу № 2-Р-11 в сумме 2000 руб. (т. 2, л.д. 4).

Из содержания пункта 1 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного суда РФ от 30.03.1998 г. N 32 "О практике разрешения споров, связанных с применением антимонопольного законодательства" требования о признании недействительными предписания и решения антимонопольного органа, на основании которого оно выдано, не являются самостоятельными и оплачиваются государственной пошлиной как единое требование.

На основании части 4 статьи 208 АПК РФ заявление об оспаривании решения административного органа о привлечении к административной ответственности государственной пошлиной не облагается.

При таких обстоятельствах, с учетом предмета заявленных требований, при обращении в арбитражный суд Обществом подлежала уплате государственная пошлина в сумме 4000 руб., в том числе 2000 руб. – за рассмотрение требования о признании недействительным решения № 5303 от

15.12.2010 года и выданного на его основании предписания № 92 и 2000 руб. – за рассмотрение требования о признании недействительным решения № 5306 от 15.12.2010 года и выданного на его основании предписания № 93.

В связи с отказом в удовлетворении указанных требований в полном объеме, судебные расходы по оплате государственной пошлины в сумме 4 000 рублей подлежат отнесению на заявителя.

В силу статьи 104 АПК РФ основания и порядок возврата государственной пошлины устанавливаются в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 1 статьи 333.40 Налогового кодекса Российской Федерации уплаченная государственная пошлина подлежит возврату частично или полностью в случае уплаты государственной пошлины в большем размере, чем это предусмотрено настоящей главой.

С учетом вышеизложенного излишне уплаченная государственная пошлина в сумме 6000 руб. подлежит возврату заявителю из федерального бюджета.

Руководствуясь статьями 167-170, 201, 207-211 Арбитражного процессуального Кодекса Российской Федерации, суд

#### РЕШИЛ:

Отказать Обществу с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн», находящемуся по адресу : г.Москва, ул.Новодмитровская, д.5А, строение 8, (основной государственный регистрационный номер 1057747537430) в удовлетворении требований о признании недействительным решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области № 5303 от 15.12.2010 г. по делу № 92, возбужденному по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Отказать Обществу с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн», находящемуся по адресу : г.Москва, ул.Новодмитровская, д.5А, строение 8, (основной государственный регистрационный номер 1057747537430) в удовлетворении требований о признании недействительным решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области № 5306 от 15.12.2010 г. по делу № 93, возбужденному по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Отказать Обществу с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн», находящемуся по адресу : г.Москва, ул.Новодмитровская, д.5А, строение 8, (основной государственный регистрационный номер 1057747537430) в удовлетворении требований о признании недействительным предписания Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области № 93 от 15.12.2010 г.

Отказать Обществу с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн», находящемуся по адресу : г.Москва, ул.Новодмитровская, д.5А, строение 8, (основной государственный регистрационный номер 1057747537430) в удовлетворении требований о признании недействительным предписания Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области № 92 от 15.12.2010 г.

Отказать Обществу с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн», находящемуся по адресу : г.Москва, ул.Новодмитровская, д.5А, строение 8, (основной государственный регистрационный номер 1057747537430) в удовлетворении требования о признании незаконным и отмене полностью постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 2-Р-11 от 28 февраля 2011 года в размере 100 000 рублей.

Возвратить Обществу с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн», находящемуся по адресу : г.Москва, ул.Новодмитровская, д.5А, строение 8, (основной государственный регистрационный номер 1057747537430) из федерального бюджета 6 000 руб. – излишне уплаченной государственной пошлины.

Выдать справку на возврат государственной пошлины после вступления решения в законную силу.

Решение суда вступает в законную силу по истечении месячного срока со дня его принятия, в отношении требования о признании незаконным и отмене постановления о привлечении к административной ответственности - десяти дней со дня его принятия и может быть обжаловано в указанный срок в Девятнадцатый арбитражный апелляционный суд, расположенный в г.Воронеже, через Арбитражный суд Липецкой области.

Судья

Е.И.Захарова