



ДЕВЯТНАДЦАТЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

15 апреля 2013 года
г. Воронеж

Дело № А36-6568/2012

Резолютивная часть постановления объявлена 08.04.2013.
Постановление в полном объеме изготовлено 15.04.2013.

Девятнадцатый арбитражный апелляционный суд в составе:
председательствующего судьи
судей

Донцова П.В.,
Миронцевой Н.Д.,
Протасова А.И.,

при ведении протокола судебного заседания секретарём судебного заседания
Бутыриной Е.А.,

при участии:

от управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой
области: Тихомиров А.В., представитель по доверенности;

от открытого акционерного общества «Сбербанк России» в лице
Липецкого отделения № 8593: Овсянников М.А., представитель по
доверенности;

от общества с ограниченной ответственностью «Мега Ком»:
представители не явились, имеются доказательства надлежащего извещения.

рассмотрев в открытом судебном заседании путем использования
системы видеоконференц-связи при содействии Арбитражного суда
Липецкой области апелляционную жалобу Управления Федеральной
антимонопольной службы по Липецкой области на решение Арбитражного
суда Липецкой области от 18.01.2013 по делу № А36-6568/2012 (судья
Захарова Е.И.) по заявлению Открытого акционерного общества «Сбербанк
России» в лице Липецкого отделения № 8593, г. Липецк, о признании
недействительным полностью решения Управления Федеральной

антимонопольной службы по Липецкой области от 30.08.2012 года по делу № 56 о нарушении законодательства о рекламе,

УСТАНОВИЛ:

Открытое акционерное общество «Сбербанк России» в лице Липецкого отделения № 8593 (далее – ОАО «Сбербанк России», Общество, заявитель) обратилось в Арбитражный суд Липецкой области с заявлением о признании незаконным полностью решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области (далее – УФАС по Липецкой области, заинтересованное лицо) от 30.08.2012 по делу № 56 о нарушении законодательства о рекламе (с учетом уточнений).

Определением от 27.11.2012 Арбитражный суд Липецкой области привлек Общество с ограниченной ответственностью «Мега Ком» (далее – ООО «Мега Ком») к участию в деле в качестве третьего лица, не заявляющего самостоятельных требований относительно предмета спора

Решением Арбитражного суда Липецкой области от 18.01.2013 заявленные требования удовлетворены.

Не согласившись с указанным решением, УФАС по Липецкой области обратилось в Девятнадцатый арбитражный апелляционный суд с жалобой, ссылаясь при этом, на неправильное применение судом первой инстанции норм материального права. В обоснование своих доводов заявитель апелляционной жалобы указывает на то, что для рассматриваемого дела не имеет значения, когда распространялась реклама, в феврале 2012 года или в октябре 2011 года, поскольку это прямо противоречит полномочиям антимонопольного органа, закреплённым в ст. 33 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе". Кроме того, в деле №56 давалась оценка рекламе в целом, рассматривался вопрос о том, соответствует ли она требованиям законодательства о рекламе, и на что судом первой инстанции была высказана своя позиция, которая сводилась к тому, что реклама ОАО «Сбербанк России» нарушает требования ч. 1 ст. 28 ФЗ Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

Представитель заявителя доводы апелляционной жалобы в Арбитражном суде Липецкой области, путем использования системы видеоконференц-связи, поддержал, просил решение суда отменить и принять новый судебный акт, удовлетворив заявленные требования.

Представитель ОАО «Сбербанк России» в лице Липецкого отделения №8593 в Арбитражном суде Липецкой области, путем использования системы видеоконференц-связи, против удовлетворения апелляционной жалобы возражал по основаниям, изложенным в отзыве, считая решение суда законным и обоснованным.

В судебное заседание представитель ООО «Мега Ком» не явился, о месте и времени рассмотрения дела извещен надлежащим образом.

Дело рассматривалось в отсутствие указанного лица в порядке ст.ст. 156, 266 АПК РФ.

Изучив материалы дела с учетом доводов апелляционной жалобы и отзыва на нее, Девятнадцатый арбитражный апелляционный суд находит следующее:

УФАС по Липецкой области 15.02.2012 выявлен факт размещения в г.Липецке на рекламной конструкции 3х6 м., расположенной по адресу: ул.Московская, рядом с домом № 91 (вблизи остановки общественного транспорта «Полиграфическая»), рекламы следующего содержания: «СБЕРБАНК_Вклад + почетный процент_вклады на специальных условиях для пенсионеров_170 лет всегда рядом (495)500 55 50 www.sberbank.ru...».

20.02.2012 антимонопольным органом в ОАО «Сбербанк России» направлен запрос № 529-04-0002036 о предоставлении информации и документов.

Ответ ОАО «Сбербанк России» № 21-исх/110 от 20.03.2012 поступил с указанием соответствующих сведений о периоде размещения рекламы, рекламодателе и приложением запрошенных документов в УФАС по Липецкой области 21.03.2012.

Определением от 12.07.2012 года УФАС по Липецкой области возбудило в отношении ОАО «Сбербанк России» производство по делу № 56 по признакам нарушения Обществом требований законодательства Российской Федерации о рекламе. Текст указанного документа 19.07.2012 получен заявителем, что подтверждается уведомлением о вручении.

По результатам рассмотрения дела № 56 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе УФАС по Липецкой области было принято решение от 30.08.2012 года, в соответствии с которым была признана ненадлежащей реклама ОАО «Сбербанк России» следующего содержания: «СБЕРБАНК_Вклад + почетный процент_вклады на специальных условиях для пенсионеров_170 лет всегда рядом (495)500 55 50 www.sberbank.ru...», как несоответствующая требованиям части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Из указанного решения следует, что УФАС по Липецкой области установило нарушение законодательства о рекламе в связи с распространением Обществом рекламы финансовой услуги – привлечение денежных средств во вклады, без указания наименования лица, ее оказывающего.

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

Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе заявителю не выдавалось.

Полагая, что решение от 30.08.2012 по делу № 56 о нарушении законодательства о рекламе принято антимонопольным органом необоснованно, ОАО «Сбербанк России» обратилось в Арбитражный суд Липецкой области с заявлением о признании его незаконным.

Арбитражный суд области, удовлетворяя заявленные требования, пришел к выводу о несоответствии решения от 30.08.2012 по делу № 56

Федеральному закону от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

Апелляционный суд не усматривает оснований для отмены обжалуемого судебного акта в связи со следующим:

В соответствии с ч.1 ст.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) 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 ненормативному 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.

При этом для признания недействительными актов и незаконными действий (бездействий) необходимо одновременное существование указанных в статье 198 АПК РФ условий: несоответствие их закону или иным нормативным правовым актам и нарушение прав и законных интересов заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Полномочия УФАС по Липецкой области на принятие оспариваемого решения от 30.08.2012 года в связи с рассмотрением дела № 56 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе установлены пунктами 1, 4.1.1, 4.4, 5.1 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденного Приказом ФАС РФ от 26.01.2011 года № 30.

К отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, применяются положения Федерального закона от 13.03.2006 N38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе, закон N 38-ФЗ).

В пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что 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.

Как следует из части 1 статьи 5 Закона N 38-ФЗ, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Ненадлежащей рекламой согласно подпункту 4 статьи 3 Закона N 38-ФЗ является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно части 7 статьи 5 Закона N 38-ФЗ 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.

В силу 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).

Требование ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе установлено в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге). Характер и степень общественной опасности соответствующего нарушения подлежат оценке с учетом обозначенных цели и интересов.

В силу части 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 N 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 установлено антимонопольным органом, информация о банковской услуге – привлечение денежных средств во вклады, находящаяся на рекламной конструкции размером 3 х 6 м, расположенной по адресу: г.Липецк, ул. Московская, напротив дома № 91, следующего содержания: «СБЕРБАНК_Вклад + почетный процент_вклады на специальных условиях для пенсионеров_170 лет всегда рядом (495)500 55 50 www.sberbank.ru...» обладает всеми признаками рекламы, содержащимися в части 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Судом установлено, что в нарушение вышеприведенных норм, спорная реклама, фактически не содержит информацию о лице, предоставляющем банковскую услугу. Между тем, формальное присутствие в рекламе указания на ОАО «Сбербанк России», напечатанное мелким шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данное сведение и соответственно не может рассматриваться как его фактическое наличие.

Частью 6 статьи 38 ФЗ "О рекламе" предусмотрено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьями 28 - 30 настоящего Федерального закона.

В силу части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 1, 4, 7, 8 и 11 статьи 28 настоящего Федерального закона.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, ответственность за нарушение требований части 1 статьи 28 Закона о рекламе могут нести как рекламодатель, так и рекламодатель.

Лицом, определившим объект рекламирования, являлось ОАО «Сбербанк России». Соответственно, данное юридическое лицо являлось рекламодателем.

Из материалов дела следует, что 02.10.2009 года между ОАО «Сбербанк России» и Обществом с ограниченной ответственностью «Максус» заключен договор № МК-2081/0409.

В соответствии с п. 1.1 договора № МК-2081/0409 от 02.10.2009 ООО «Максус» за вознаграждение оказывает комплекс услуг, направленный на размещение рекламы ОАО «Сбербанк России», а также от своего имени, за счет ОАО «Сбербанк России» заключает сделки с третьими лицами, направленные на размещение рекламы ОАО «Сбербанк России».

В силу договора № МК-2081/0409 от 02.10.2009 ООО «Максус» осуществляло тактическое медиа-планирование рекламных компаний, которое включало в себя выбор каналов и программ, процесс составления графика выхода рекламы в них, расчет показателей эффективности.

В рамках договора № МК-041/11 (ООН) от 30.12.2010, заключенного между ООО «Максус» и ООО «Мега Ком» размещение спорной рекламной информации осуществлялось ООО «Мега Ком».

Из имеющихся в материалах дела фактического медиаплана №318 Ф от 31.10.2011, приложения №4 к нему, акта об оказании услуг № МК-6085/1011-21 от 31.10.2011 года, счета № МК-1936/11 от 25.11.2011 года и платежного поручения № 577 следует, что спорная реклама в рамках кампании «170 лет - Депозиты» была размещена в октябре 2011 года. Период распространения с 01.10.2011 по 31.10.2011.

Доводы апелляционной жалобы о том, что время распространения Обществом рекламы не имеет правового значения, отклоняются как несостоятельные и противоречащие действующему законодательству.

Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке.

Таким образом, сведения только тогда имеют рекламный характер, когда они направлены на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии со ст. 435 Гражданского кодекса РФ реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются, как приглашение делать оферту, если иное не указано в предложении. Публичной офертой признается предложение, содержащее все существенные условия договора, из которого усматривается воля лица, делающего

предложение, заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется.

Суд апелляционной инстанции, принимая во внимание содержание спорной рекламы, адресованной неопределенному кругу лиц, пришел к выводу о том, что распространяемая реклама является публичной офертой,

В силу ст. 11 Закона о рекламе признаваемая офертой реклама действует в течение двух месяцев со дня распространения рекламы при условии, что в ней не указан иной срок.

Как следует из решения УФАС по Липецкой области от 30.08.2012, факт распространения спорной рекламы был выявлен в ходе осмотра, проведенного сотрудниками антимонопольного органа 15.02.2012, т.е. по истечении четырех месяцев с момента распространения рекламы.

Кроме того, доказательств того, что ОАО «Сбербанк России» были совершены действия, направленные на доведение спорной информации до сведения неопределенного круга лиц и привлечения внимания к объекту рекламирования в феврале 2012 года, антимонопольным органом не представлено.

Напротив, судом первой инстанции было установлено, что в феврале 2012 года на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г.Липецк, ул. Московская, напротив дома № 91, в рамках рекламной кампании «Сбербанк. Потребительские кредиты.» размещалась иная информация ОАО «Сбербанк России», демонтаж которой произошел в результате погодных условий и размещенная в октябре 2011 года информация стала доступна для обозрения неопределенному кругу лиц.

Таким образом, апелляционная коллегия приходит к выводу о недоказанности УФАС по Липецкой области нарушений ОАО «Сбербанк России» требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе и, как следствие, несоответствие решения УФАС по Липецкой области от 30.08.2012 по делу № 56 законодательству о рекламе.

Иные доводы антимонопольного органа отклоняются судом апелляционной инстанции как необоснованные, поскольку не опровергают выводы суда, а сводятся лишь к переоценке установленных по делу обстоятельств.

При вынесении обжалуемого судебного акта суд области правильно определил предмет доказывания по делу, полно и всесторонне исследовал представленные сторонами доказательства, и сделал выводы, соответствующие фактическим обстоятельствам дела.

Нарушений норм процессуального права, являющихся в силу части 4 статьи 270 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в любом случае основаниями для отмены принятых судебных актов, судом апелляционной инстанции не установлено.

В связи с изложенным, решение арбитражного суда области не подлежит отмене, а апелляционную жалобу следует оставить без удовлетворения.

руководствуясь ч.1 ст.269, ст. 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации,

ПОСТАНОВИЛ:

решение Арбитражного суда Липецкой области от 18.01.2013 по делу №А36-6568/2012 оставить без изменения, апелляционную жалобу – без удовлетворения.

Постановление вступает в законную силу со дня принятия и может быть обжаловано в кассационном порядке в Федеральный арбитражный суд Центрального округа в двухмесячный срок через арбитражный суд первой инстанции согласно части 1 статьи 275 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председательствующий судья

П.В.Донцов

Судьи

Н.Д.Миронцева

А.И.Протасов