



АРБИТРАЖНЫЙ СУД КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ

156961, г. Кострома, ул. Долматова, д. 2

E-mail: info@kostroma.arbitr.ru

<http://kostroma.arbitr.ru>

Именем Российской Федерации

Р Е Ш Е Н И Е

Дело № А31-9995/2013

г. Кострома

03 декабря 2013 года

Резолютивная часть решения объявлена 27 ноября 2013 года.

Полный текст решения изготовлен 03 декабря 2013 года.

Судья Арбитражного суда Костромской области Сизов Александр Вениаминович, при ведении протокола секретарем судебного заседания Молчановой В.И.

рассмотрев в судебном заседании дело по заявлению общества с ограниченной ответственностью «Тави»

к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Костромской области

о признании недействительным предписания от 07.08.2013г. и постановления № АД 07-65/486 от 05.09.2013г.,

при участии в заседании: от заявителя – Метелькова Е.Н., доверенность от 20.02.2012г., от ответчика: Баданова И.Н., доверенность от 15.05.2013,

установил:

общество с ограниченной ответственностью «Тави» (далее- ООО «Тави», общество) обратилось в арбитражный суд с заявлением о признании незаконным и отмене:

-решения Костромского УФАС России от 07.08.2013 г. о признании рекламы Заявителя текстового содержания «Виниловые обои * 99 рублей * АК-

СОН * ул. Сутырина, 5 т.: 41-21-51 * Сроки проведения акции с 9 по 30 апреля 2013 г. * Подробности у продавцов-консультантов. Количество товара ограничено», распространявшейся в период с 01 по 29 апреля 2013 года с помощью наружной рекламной конструкции (сторона А) по адресу: г. Кострома, ул. И. Сусанина. 33, ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе):

-предписания Костромского УФАС России от 07.08.2013 г. о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе;

-постановления №АД 07-65/486 от 05.09.2013 г. о наложении штрафа по делу об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

По ходу судебных заседаний заявитель требования уточнил, просит признать недействительными и отменить предписание антимонопольного органа и постановление по делу об административном правонарушении.

В соответствии со ст. 49 АПК РФ уточнение требований принято судом.

Заявитель уточненные требования в судебном заседании поддержал.

Ответчик требования не признает по основаниям указанным в отзыве и дополнениях к нему.

Выслушав представителей сторон, рассмотрев представленные документы, суд установил следующее.

При проведении 03.04.2013 г. контрольного мероприятия по проверке соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе Управление выявило факт распространения заявителем в г. Костроме по ул. Ив. Сусанина (напротив универсама «Дом еды») наружной реклама следующего содержания «Виниловые обои * 99 рублей * АКСОН * ул. Сутырина, 5 т.: 41-21-51 * Сроки проведения акции с 9 по 30 апреля 2013 г. * Подробности у продавцов-консультантов. Количество товара ограничено».

Управление посчитало, что в действиях общества усматриваются при-

знаки нарушения требований, установленных ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, в связи с чем 30.04.2013 приняло решение о проведении внеплановой документарной проверки в отношении рекламодателя ООО «Тави», по результатам которой Управлением принято решение о возбуждении дела в отношении общества.

По результатам рассмотрения дела Управление вынесло решение от 07.08.2013 г., в соответствии с которым признало распространенную ООО «Тави» рекламу ненадлежащей, а ООО «Тави» нарушившим требования указанных норм.

Кроме того, обществу выдано предписание от 07.08.2013 г. которым ему предписано прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Главным государственным инспектором отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по КО в отношении Общества составлен протокол о наличии в действиях ООО «Тави» признаков административного правонарушения по ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Постановлением от 05.09.2013 г. № АД 07-65/486 Общество признано виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ, выразившегося в нарушении ч.7 ст.5 ФЗ № 38-ФЗ «О рекламе», и ему назначено административное наказание в виде штрафа в размере 100 000 рублей.

Не согласившись с предписанием антимонопольного органа и постановлением о привлечении к административной ответственности ООО «Тави» обжаловало их в судебном порядке, по его мнению, при распространении рекламы виниловых обоев общество ставило цель - привлечь внимание потребителей к сниженной цене товара (виниловые обои стоимостью 99 рублей), которые реализовывались в ТЦ Аксон в период с 09.03.2013 г. по 30.06.2013 г.

Исходя из поставленной цели, на рекламном плакате была размещена

основная информация - о товаре с изображением, его стоимости, месте продажи, телефоне Продавца, а также дополнительная - о сроках проведения акции по приобретению товара по сниженной цене, количестве товара и о возможности уточнения подробностей акции у продавцов-консультантов. Считает, что информация о сроке проведения не является существенной, носит дополнительно-информационный характер.

В рассматриваемой рекламе до потребителя доведена основная информация, влияющая на его намерение воспользоваться рекламируемым предложением. При выборе шрифта Общество руководствовалось прежде всего удобством восприятия для покупателя основной цели проведения акции, в связи с чем более крупным шрифтом выполнено наименование товара и его сниженная цена.

По запросу антимонопольного органа Обществом была представлена информация о размерах шрифта текста рекламы. Все размеры укладываются в нормативы, утвержденные рекламодателями для внутреннего пользования при размещении рекламной информации на аналогичных конструкциях. Минимальный размер букв составляет 5,25 см и не вызывают затруднений для прочтения.

Закон не предъявляет к подобной рекламе (предложение купить товар по сниженной цене) каких-либо требований, касаемых предупреждающих надписей или обязательной к размещению информации.

ООО «Тави» разместило более крупным шрифтом информацию о цене товара, месте его приобретения, желая тем самым обратить внимание потребителя на выгодные для него условия действия предложения о покупке обоев по сниженной цене. Срок проведения акции размещен другим шрифтом, однако, он читаем и возможен для восприятия.

Таким образом, считает, что Общество при размещении рекламы «Виниловые обои*99рублей» не нарушало требования ч.7 ст.5 Закона о рекламе, антимонопольным органом не установлен противоправный характер действий рекламодателя, вина общества не доказана.

Антимонопольный орган считает свои обжалуемые ненормативные акты обоснованными и законными на, что указал в своем отзыве.

Оценив доводы сторон и представленные доказательства, суд приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 24.1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 30.06.2008 N 30 "О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства" арбитражный суд, установив, что в его производстве имеется дело о привлечении лица к административной ответственности за нарушение антимонопольного законодательства (или дело об оспаривании постановления антимонопольного органа о привлечении лица к такой ответственности) и дело об оспаривании вынесенного в отношении него решения антимонопольного органа (явившегося поводом к возбуждению соответствующего дела об административном правонарушении), на основании части 2.1 статьи 130 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации объединяет эти дела в одно производство для их совместного рассмотрения.

С учетом данной позиции суд рассматривает в одном производстве требования заявителя о признании недействительным предписания и постановления по делу об административном правонарушении, рассмотрение которых предусмотрено разными главами АПК РФ.

В соответствии со статьей 123 Конституции Российской Федерации, статьями 7, 8, 9 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации судопроизводство осуществляется на основе состязательности и равноправия сторон.

Согласно статье 65 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации каждое лицо, участвующее в деле, должно доказать обстоятельства, на которые оно ссылается, как на основания своих требований и возражений. Обязанность доказывания обстоятельств, послуживших основанием для принятия государственными органами, органами местного самоуправления,

иными органами, должностными лицами оспариваемых актов, решений, совершения действий (бездействия), возлагается на соответствующие орган или должностное лицо.

Согласно части 4 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации 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.

Положение о Федеральной антимонопольной службе утверждено постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 N 331.

Согласно пунктам 1 и 2 названного Положения Федеральная антимонопольная служба является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов и контролю за соблюдением антимонопольного законодательства, законодательства в сфере деятельности субъектов естественных монополий (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа), рекламы, контролю за осуществлением иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства, а также по контролю в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных государственных нужд (за исключением полномочий по контролю в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг по государственному оборонному заказу, а также в

сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных государственных нужд, не относящихся к государственному оборонному заказу, сведения о которых составляют государственную тайну).

Руководство деятельностью Федеральной антимонопольной службы осуществляет Правительство Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 4 Положения Федеральная антимонопольная служба осуществляет свою деятельность непосредственно и через свои территориальные органы во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, общественными объединениями и иными организациями.

В соответствии с ч. 1 ст. 33 Закона о рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор 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.

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 Законом о рекламе (ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе).

Статья 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе) понимает под рекламой информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; под объектом рекламирования подразу-

меваются товар, средство его индивидуализации, 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.

Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

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 (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

Ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (п. 4 ст. 3 Закона о рекламе).

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной; недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребители рекламы.

В силу ч. 1 ст. 10 Закона РФ от 07.02.1992 №.2300-1 «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 28 постановления от 08.10.2012 №58 разъяснил, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе.

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

Как следует из материалов дела, спорная реклама отвечает всем требованиям, предусмотренным п. 1 ст. 3 Закона о рекламе: адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (акции), формирование и поддержание интереса к нему.

Рассматриваемая реклама является наружной, а значит, предназначена для импульсивного восприятия потребителями размещенной на ней информации (относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий направленных на специальное, длительное сосредоточения внимания).

При изготовлении рекламных материалов обществом использовался следующий размер шрифта текста информации: выражение «Виниловые обои» - 18,8 см, цифра «99» - 131, 57 см, выражение «Рублей»- 14,22 см, Адрес «ул.

Сутырина,5, т.: 41-21-51»: строчная - 9,74 см, заглавная - 13,55 см, выражение «Сроки проведения акции.... Подробности у продавцов- консультантов»: строчная - 5,25 см, заглавная - 7,03 см.

Таким образом, рекламная информация, которая содержит наиболее привлекательные для потребителя условия, а именно: «Виниловые обои 99 рублей» и «АКСОН, ул. Сутырина, 5 т.: 41-21-51», площадью 398, 22 см (что составляет 96% от общей площади представленного Обществом рекламного макета, выполненного на листе формата А4 площадью 414.72 см) расположена в центральной части рекламной площади и изображена крупным шрифтом, видимым с дальнего расстояния.

Однако, существенные условия проведения акции (продажи виниловых обоев о цене 99 рублей): срок проведения - с 9 по 30 апреля 2013 г., предупреждающая надпись – «Подробности у продавцов-консультантов. Количество товара ограничено», влияющие на намерение покупателя воспользоваться рекламируемым предложением, площадью 16,6 см (что составляет 4% от общей площади Представленного Обществом рекламного макета) расположены в нижней части рекламной площади и являются недоступными для потребителя, так как выполнены мелким нечитаемым шрифтом.

В силу статьи 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации судом установлена совокупность обстоятельств размещения рекламы, таких как: размер рекламной конструкции (3 м х 6 м); место расположения (около автомобильной дорогой); высота расположения рекламного постера (не на уровне глаз потребителя); вид рекламы (наружная); соотношение размера шрифта, использованного при описании привлекательных для потребителя условий и иных существенных условий; размер (мелкий, нечитаемый) шрифта, которым написаны существенные условия- сроки проведения акции, лишает возможности потребителей получить полный текст (информацию) рекламы об условиях реализации товара, в частности в части указания в предупреждающей надписи «Подробности у продавцов консультантов.».

Согласно имеющихся в деле приказов ООО «Тави» № 453 от 01.03.2013 г. «Об организации проведения рекламной акции по продаже «Виниловые обои*99 рублей», № 467 от 31.03.2013 г. «Об продлении сроков проведения рекламной акции по продаже «Виниловые обои*99 рублей» проводимая Обществом акция «Виниловые обои*99 рублей» распространялась только на остатки виниловых обоев.

При таких обстоятельствах указанная мелким шрифтом информация не может считаться присутствующей в спорной рекламе.

Таким образом, в данном случае потребитель лишен возможности получения информации в полном объеме, вводится в заблуждение относительно рекламируемых товаров, возможности их покупки.

Реклама формирует интерес к товару или услуге и направлена на формирование у потребителей желания приобрести товар или воспользоваться услугой. Следовательно, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Отсутствие в рекламе существенной части информации о товаре (услуге), условиях его приобретения или использования приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром или видом услуг.

При этом с учетом правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в постановления Пленума от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", суд считает, что оценка восприятия спорной информации, выполненной мелким шрифтом, может быть дана с точки зрения рядового потребителя, в связи с чем факт введения потребителей в заблуждение не требует особой процедуры доказывания.

То обстоятельство, что размер шрифта законодательно не урегулирован, не свидетельствует об отсутствии вменяемого нарушения, поскольку из содержания Закона о рекламе следует, что реклама должна быть достоверной,

доступной, формировать у потребителя правильное впечатление о рекламируемых услугах и исполнителе услуг. Эти цели достигаются, в том числе выбором средств и способов внешнего воспроизведения информации.

Таким образом, рассматриваемая реклама с наиболее привлекательными для «потребителя условиями «Виниловые обои 99 рублей» и «АКСОН, ул. Сутырина, 5, т.: 41-21-51», распространяющаяся с помощью наружной рекламной конструкции (сторона А) по адресу: г. Кострома, ул. И. Сусанина, 33, нарушает требования ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Часть 6 статьи 38 Закона о рекламе устанавливает, что ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Согласно ч. 2 ст. 36 Закона о рекламе и п. 12 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, антимонопольный орган по собственной инициативе, представлению прокурора, обращениям органов государственной власти или органов местного самоуправления, а также по заявлениям физических или юридических лиц возбуждает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения (ч. 3 ст. 36 Закона о рекламе).

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 №508 (далее - Правила).

Согласно п. 44 Правил при установлении факта нарушения законода-

тельства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Перечень сведений, подлежащих указанию в предписании, приведен в пункте 45 Правил.

Костромское УФАС России во исполнение пункта 45 Правил указало в предписании от 07.08.2013 г. по делу №ВД 07-30/1140 все необходимые сведения.

Помимо этого в предписании дана ссылка на решение Костромской УФАС России от 07.08.2013 г. по делу №ВД 07-30/1 140. на основании которого выдано указанное предписание. То есть, предписание направлено на устранение нарушения, выявленного при рассмотрении конкретного дела и соответственно, содержит порядок его исполнения.

Таким образом, осуществляя государственный контроль в сфере рекламы, антимонопольный орган действовал в пределах полномочий, установленных ст. 33 Закон о рекламе.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе предусмотрена ч. ст. 14.3 КоАП РФ.

Статья 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в части 1 предусматривает ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса.

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

Объективная сторона данного правонарушения выражается в действиях, нарушающих законодательство о рекламе.

Согласно статье 26.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях по делу об административном правонарушении выяснению подлежат:

наличие события административного правонарушения;

лицо, совершившее противоправные действия (бездействие), за которые настоящим Кодексом или законом субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность;

виновность лица в совершении административного правонарушения;

иные обстоятельства, имеющие значение для правильного разрешения дела, а также причины и условия совершения административного правонарушения.

Согласно части 2 статьи 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Следовательно, при решении вопроса о виновности юридического лица в совершении административного правонарушения именно на него возлагается обязанность по доказыванию принятия всех зависящих от него мер по соблюдению правил и норм.

Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16.1 Постановления от 02.06.2004 N 10 "О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях" разъяснил, что в отношении юридических лиц КоАП РФ формы вины (статья 2.2 КоАП РФ) не выделяет.

В тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части КоАП РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (часть 2 статьи 2.1 КоАП РФ). Обстоятельства, указанные в части 1 или 2 статьи 2.2 КоАП РФ, применительно к юридическим лицам установлению не подлежат.

Поскольку в данном случае административное производство возбуждено в отношении юридического лица, то его вина в силу части 2 статьи 2.1 КоАП РФ определяется путем установления обстоятельств того, имелась ли у юридического лица возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, и были ли приняты данным юридическим лицом все зависящие от него меры по их соблюдению.

Основанием для освобождения заявителя от ответственности могут служить обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля хозяйствующего субъекта, при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него в целях выполнения законодательно установленной обязанности. Доказательств наличия указанных обстоятельств заявителем не представлено.

В материалах дела отсутствуют доказательства, подтверждающие, что Общество приняло все зависящие от него меры по соблюдению положений действующего законодательства. При отсутствии объективных, чрезвычайных и непреодолимых обстоятельств общество не приняло все зависящие от него меры, что свидетельствует о виновности юридического лица.

При установленных обстоятельствах и совокупности собранных по делу доказательств административный орган сделал правильный вывод о том, что действия ООО «Тави» образуют событие и состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях; Общество относится к субъектам правонарушения, следовательно, у антимонопольного органа имелись основания для вынесения оспариваемого постановления.

Каких-либо процессуальных нарушений при привлечении общества к административной ответственности судом не выявлено. Срок на привлечение к административной ответственности не пропущен.

В соответствии с санкцией ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ заявителю назначен минимальный штраф.

Возможность освобождения от административной ответственности при малозначительности совершенного административного правонарушения предусмотрена статьей 2.9 КоАП РФ, согласно которой судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 18 постановления от 02.06.2004 N 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях" разъяснил, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки

конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Суд отмечает, что КоАП РФ не содержит указаний на невозможность применения статьи 2.9 КоАП РФ в отношении какого-либо административного правонарушения.

В соответствии с пунктом 18.1 вышеназванного Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 N 10 не может быть отказано в квалификации административного правонарушения в качестве малозначительного только на том основании, что в соответствующей статье Особенной части КоАП РФ ответственность определена за неисполнение какой-либо обязанности и не ставится в зависимость от наступления каких-либо последствий.

В определении N 349-0 от 05.11.2003 Конституционный Суд Российской Федерации отказывая в принятии к рассмотрению запроса арбитражного суда о проверке конституционности части 1 статьи 4.1 КоАП РФ, разъяснил, что введение ответственности за административное правонарушение и установление конкретной санкции, ограничивающей конституционное право, должно отвечать требованиям справедливости, быть соразмерным конституционно закрепленным целям и охраняемым законным интересам, а также характеру совершенного деяния.

Как следует из вышеуказанного определения, а также из определения Конституционного Суда Российской Федерации от 09.04.2003 N 116-0, суд, избирая меру наказания, учитывает характер правонарушения, размер причиненного вреда, степень вины и другие смягчающие обстоятельства. Кроме того, руководствуясь положениями статьи 2.9 КоАП РФ, суд вправе при малозначительности совершенного административного правонарушения освободить лицо от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Таким образом, категория малозначительности относится к числу оценочных, в связи с чем определяется в каждом конкретном случае исходя из обстоятельств совершенного правонарушения.

Оценка возможности применения статьи 2.9 КоАП РФ является самостоятельным этапом судебного исследования по делу.

В соответствии с пунктом 1 статьи 71 АПК РФ арбитражный суд оценивает доказательства по своему внутреннему убеждению, основанному на всестороннем, полном, объективном и непосредственном исследовании имеющихся в деле доказательств.

Рассматриваемое административное правонарушение посягает на установленный нормативными правовыми актами порядок в области законодательства о рекламе, который должен носить устойчивый характер и соблюдение которого является обязанностью каждого участника данных правоотношений, в связи с чем, в рассматриваемом конкретном случае не может быть признано малозначительным.

Кроме того, в данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий правонарушения, а в пренебрежительном отношении лица, привлеченного к ответственности, к исполнению своих публично-правовых обязанностей.

Общество также не представило доказательства, подтверждающие наличие исключительных обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности правонарушения, следовательно, допущенное им нарушение не может быть признано таковым.

При изложенных обстоятельствах в удовлетворении требований должно быть отказано.

Исходя из изложенного, руководствуясь 167-170, 201, 211 Арбитражного процессуального кодекса РФ, суд

Р Е Ш И Л:

В удовлетворении заявления общества с ограниченной ответственностью

«Тави» о признании незаконным и отмене предписания от 07.08.2013г. и постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области № АД 07-65/486 от 05.09.2013г. о привлечении к административной ответственности по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ к штрафу в размере 100 000 рублей - отказать.

Решение может быть обжаловано в порядке, предусмотренном арбитражным процессуальным законодательством.

Судья

А.В. Сизов