

**АРБИТРАЖНЫЙ СУД ГОРОДА МОСКВЫ**

115191, г.Москва, ул. Большая Тульская, д. 17

<http://www.msk.arbitr.ru>**Р Е Ш Е Н И Е**

Именем Российской Федерации

г. Москва

Дело № А40-118735/13

26 ноября 2013 г.

Резолютивная часть объявлена 11 ноября 2013 г.

Решение изготовлено в полном объеме 26 ноября 2013 г.

Арбитражный суд в составе судьи Ласкиной С. О., (шифр судьи 33-975) при ведении протокола судебного заседания, секретарем Порфирьевой О.В. рассмотрев в судебном заседании дело по исковому заявлению (заявлению) Закрытого акционерного общества Банк ВТБ 24 к УФАС по Костромской области, ФАС России о признании незаконными постановления от 21.03.2013 г. №АД 07-04/425 и решения от 01.08.2013 г. №4-14.3-787/00-08-13 при участии представителей от заявителя: Степанов Д.В. по дов. №1021 от 16.04.13 г.; от ответчика УФАС по Костромской области: не явился, извещен; от ответчика ФАС России: Бурова С.О. удостов. №9811, по дов. №ИА/138826/13 от 04.10.13 г.;

УСТАНОВИЛ:

Закрытого акционерного общества Банк ВТБ 24 обратилось в Арбитражный суд г. Москвы с заявлением, в котором просит признать незаконным постановление от 21.03.2013 г. №АД 07-04/425, а так же решение от 01.08.2013 г. №4-14.3-787/00-08-13.

В обоснование заявленных требований заявитель ссылается на то, что вина Банка в деле об административном правонарушении установлена не была. Применительно к Банку не имеет значение, совершено ли административное правонарушение умышленно или по неосторожности, так как Банк не считает себя субъектом данного административного правонарушения. Также указал, что Банк не уполномочивал должностное лицо Банка-управляющего ОО «Костромской» Костылева П.Н., разместившего статью «Условия роста», на размещение рекламы в средствах массовой информации, на заключение договоров на размещение рекламных материалов, что подтверждается отсутствием соответствующих полномочий в его доверенности. Таким образом, реклама размещена без предварительного уведомления руководителя либо иного уполномоченного лица Банка, с нарушением локальных нормативных актов Банка.

В судебном заседании заявитель требования поддержал в полном объеме по основаниям, изложенным в заявлении.

Представитель ответчика УФАС по Костромской области в судебное заседание не явился, извещен о начавшемся процессе, представил в материалы дела письменный отзыв, в котором возражал против удовлетворения заявленных требований, ссылаясь на законность и обоснованность оспариваемого постановления, также указав, что все

доводы являются бесосновательными и направлены не на соблюдение им действующего законодательства, в частности Закона о рекламе, а исключительно на изыскание всевозможных способов ухода от административной ответственности.

Представитель ответчика ФАС России представил в материалы дела письменный отзыв, в котором возражал против удовлетворения заявленных требований, пояснив, что оспариваемое постановление является актом, принятым с соблюдением норм действующего законодательства, административное наказание назначено в виде минимального административного штрафа, предусмотренного санкцией, кроме того, решение ФАС России также считает законным и обоснованным.

Дело рассмотрено в порядке ст. ст. 123, 156 АПК РФ.

Исследовав материалы дела, выслушав объяснения представителя заявителя, ответчика, оценив представленные доказательства в их совокупности и взаимной связи, суд пришел к выводу о том, что требования заявителя не обоснованы и не подлежат удовлетворению по следующим основаниям.

Согласно ч.6 ст.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, в связи с чем, согласно ч. 7 ст. 210 АПК РФ оспариваемое постановление проверено судом в полном объеме.

Согласно ст. 30.3 КоАП РФ жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Судом проверено и установлено, что десятидневный срок, предусмотренный ч. 2 ст. 208 АПК РФ, ст. 30.3 КоАП РФ для обжалования решения административного органа о привлечении к административной ответственности, заявителем не пропущен.

Согласно ч.1 ст.65 АПК РФ, каждое лицо, участвующее в деле, должно доказать обстоятельства, на которые оно ссылается как на основании своих требований и возражений. Обязанность доказывания обстоятельств, послуживших основанием для совершения действий (бездействия), возлагается на соответствующие орган или должностное лицо.

Как следует из материалов дела, в газете «НВ плюс» №11 от 15.03.2013г. размещена реклама следующего содержания: «ВТБ 24. Уважаемые сотрудники ОАО «Сибирский химический комбинат». Мы рады сообщить, что до 30.04.2013 для вас действует специальное предложение по кредиту - 18,5% годовых».

Как следует из заявления Банка, текст рекламного объявления, размещенного в газете «НВ плюс», представлял собой фрагмент макета, планировавшегося к опубликованию. Размещение данного рекламного объявления в виде фрагмента макета было осуществлено должностным лицом Банка - директором ОО «Северский» Филиала №5440 Королевой Л.И. без согласования со структурным подразделением банка, ответственным за рекламную деятельность, с нарушением локальных нормативных актов Банка. Банк не уполномочивал Королеву Л.И. на размещение рекламы в средствах массовой информации, заключение договоров на размещение рекламных материалов, что подтверждается отсутствием соответствующих полномочий выданных ей доверенностях.

Постановлением от 21.03.2013 г. №АД 07-04/425 Закрытое акционерное общество Банк ВТБ 24 было привлечено к административной ответственности по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ и был назначен штраф.

Решением ФАС России от 15.07.2013 г. постановление от 21.03.2013г. было оставлено без изменений.

Считая данные постановление и решение незаконными и необоснованными, заявитель обратился в суд с настоящим заявлением.

Суд, отказывая в удовлетворении заявленных требований, исходит из следующего.

Проверив порядок привлечения заявителя к административной ответственности, суд считает, что положения ст.ст. 28.2, 25.1, 29.7 КоАП РФ соблюдены административным органом, что не оспаривается заявителем.

В материалах дела об административном правонарушении имеются доказательства, однозначно свидетельствующие о надлежащем извещении законного представителя общества о месте и времени составления протокола об административном правонарушении и рассмотрении дела об административном правонарушении.

Таким образом, юридическому лицу была предоставлена возможность воспользоваться правами, предусмотренными статьей 28.2 КоАП РФ.

Требования статей 25.1, 28.2, 29.7 КоАП РФ, с учетом п. 24 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 г. № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» при рассмотрении административного дела должностными лицами УФАС по Костромской области были соблюдены.

Срок давности привлечения к административной ответственности, установленный ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ административным органом соблюден.

На основании ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии со ст. 1 Закона о рекламе целями названного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее

ФЗ «О рекламе», Закон) реклама - 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; объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Отсутствие в рекламе существенной части информации приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром или видом услуг.

Вводящая в заблуждение реклама способна причинить вред, как потребителю рекламной информации, так и конкуренту рекламодателя. Как введение потребителей в заблуждение посредством распространения рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, способно привести к неправильному) выбору потребителем товара с необходимым ему набором потребительских свойств и в то же время привести к сокращению продаж однородных товаров конкурентами.

В целом вводящая в заблуждение реклама может формально являться достоверной, но поскольку рекламодатель умалчивает об отдельных характеристиках рекламируемого товара, условиях его приобретения, у потребителя складывается искаженное представление о его потребительских свойствах, условиях использования, предназначении и пр.

Главным инструментом введения в заблуждение, как правило, является распространение ложной или неточной информации вследствие сокрытия части существенной информации. Вводящая в заблуждение реклама сообщает не «объективно неправильные (неверные) сведения», а субъективно неправильные, т.е. те, которые способны ввести в заблуждение. Это означает, что при оценке рекламы на предмет введения в заблуждение учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь их восприятие потребителями.

Однако реакцию потребителей можно оценивать по-разному в зависимости от адресата. При оценке рекламы на способность ввести в заблуждение следует предполагать наличие определенного набора знаний и опыта адресатов рекламы исходя из среднего уровня, характерного, как правило, для существенной части потребительской аудитории. При этом правоприменительная практика исходит из того, что средний потребитель не должен обладать специальными знаниями в разных областях науки и техники, в том числе в вопросах финансирования.

Рассматриваемая информация ЗАО «Банка ВТБ 24», распространяемая газете «НВ плюс» №11 от 15.03.2013г адресована неопределенному кругу лиц, по своему содержанию направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к финансовым услугам, оказываемым банком, то есть содержит все признаки рекламы, закрепленные в пункте 1 статьи 3 закона №38-ФЗ, следовательно, является рекламой.

Объектом рекламирования в вышеуказанной рекламе являются услуги кредитования, оказываемые Банком ВТБ 24.

Согласно пункту 6 статьи 4 Федерального закона от 26.07.1006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, организатор торговли, клиринговая организация, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного

фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг.

В соответствии со ст.4 Федерального закона «О защите конкуренции» финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценны с бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

В соответствии с ч.1 ст.28 Федерального закона «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).

Согласно ч.1 ст.54 Гражданского кодекса Российской Федерации наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму.

Рассматриваемая реклама не содержит указания на организационно-правовую форму ЗАО Банк ВТБ 24, что свидетельствует о наличии признаков нарушения ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч.3 ст. 28 ФЗ «О рекламе», 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 данном случае реклама содержит только одно условие, влияющие на стоимость кредита, так 18,5% годовых. Иных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщиков и влияющих на нее, реклама не содержит.

Вместе с тем, из документов ЗАО Банк ВТБ 24 следует, что существуют и иные условия, определяющие фактическую стоимость кредита, предоставляемого банком сотрудникам ОАО «Сибирский химический комбинат», и влияющие на него, а именно, -о сумме кредита (максимальная сумма - до 3 000 000 рублей), о сроке предоставления кредита - от 6 месяцев до 7 лет.

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям ч.1, 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Согласно ч.1 ст.5. Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с ч.4 ст.38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч.б, 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч.1 ст.28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламоделатель и рекламодатель.

Согласно ч.б ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч.3 ст.28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламоделатель.

Рекламодателем, т.е. лицом, осуществившим распространение вышеназванной рекламы, является индивидуальный предприниматель Ковалевская О.В., что подтверждается свидетельством о регистрации СМИ от 12.10.2011г. ПИ № ТУ 70-00220, письменными пояснениями главного редактора и учредителя газеты «НВ плюс», протоколом заседания по рассмотрению дела от 09.07.2012 г.

Рекламодателем вышеназванной рекламы является закрытое акционерное общество «Банк ВТБ 24», что подтверждается письменными пояснениями от 09.07.2013г., квитанцией об оплате №000928, положением о Департаменте маркетинга и общественных связей ЗАО Банка ВТБ 24., Уставом Банка ВТБ 24 от 24.12.2010 г., объяснительной запиской директора ООО «Северский» Королевой Л.И. от 05.07.2013 г.

В силу ст.1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина. При этом лицо, привлекаемое к административной ответственности, не обязано доказывать свою невиновность, а неустранимые сомнения в виновности лица, привлекаемого к административной ответственности, трактуются в пользу этого лица.

В соответствии с ч.2 ст.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 предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

В соответствии с п.16.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» при рассмотрении дел об административных правонарушениях арбитражным судам следует учитывать, что понятие вины юридических лиц раскрывается в ч.2 ст.2.1 КоАП РФ. При этом в отличие от физических лиц в отношении юридических лиц КоАП РФ формы вины (ст.2.2 КоАП РФ) не выделяет. Следовательно, и 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 (ч.2 ст.2.1 КоАП РФ). Обстоятельства, указанные в ч.1 или ч.2 ст.2.2 КоАП РФ, применительно к юридическим лицам установлению не подлежат.

При этом вина юридического лица проявляется в виновном действии (бездействии) соответствующих лиц, действующих от его имени и допустивших нарушение действующего законодательства (определение Конституционного Суда Российской Федерации от 14.12.2000 № 244-О).

Таким образом, довод заявителя о том, что вина Банка в деле об административном правонарушении не установлена, и административную ответственность должен нести работник Банка, судом не принимается во внимание.

Довод заявителя о возможности применения к спорным правоотношениям положений статьи 2.9 КоАП РФ суд считает необоснованным в силу следующего.

В пункте 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» указано, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств совершения. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения.

По смыслу статьи 2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству.

В данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо последствий, а в пренебрежительном

отношении заявителя к исполнению обязанностей. Это, в свою очередь, свидетельствует об отсутствии оснований для применения в данном деле положений статьи 2.9 КоАП РФ.

Кроме того, к ЗАО ВТБ 24 применен минимальный административный штраф в соответствии с санкцией ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч.2 ст. 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 названным Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Доказательств невозможности соблюдения заявителем законодательства, которые он не мог предвидеть и предотвратить при соблюдении той степени заботливости и осмотрительности, которая от него требовалась, в материалах дела не имеется.

При таких обстоятельствах антимонопольный орган правомерно привлек заявителя к административной ответственности по ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Поскольку судом установлена законность и обоснованность оспариваемого постановления о привлечении к административной ответственности, оснований для признания оспариваемого решения, вынесенного по результатам проверки постановления, незаконным, у суда не имеется.

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 КоАП РФ, ч. 2 ст. 207 АПК РФ производство по делам об оспаривании решений административных органов возбуждается на основании заявлений юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, привлеченных к административной ответственности в связи с осуществлением предпринимательской и иной экономической деятельности, об оспаривании решений административных органов о привлечении к административной ответственности, а также на основании заявлений потерпевших.

В соответствии с ч.3 ст. 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.

Судом рассмотрены все доводы заявителя, однако, они не могут служить основанием к удовлетворению заявленных требований.

При указанных обстоятельствах, оснований для удовлетворения требований заявителя не имеется.

В соответствии с ч. 4 ст. 208 АПК РФ заявление об оспаривании решения административного органа о привлечении к административной ответственности государственной пошлиной не облагается.

На основании изложенного и руководствуясь ст.ст. 64, 65, 71, 75, 167-170, 176, 180, 181, 197-201 АПК РФ, суд

РЕШИЛ:

В удовлетворении требований о признании незаконным и отмене решения Федеральной антимонопольной службы от 01.08.2013 г. по делу №4-14.3-787/00-08-13 и постановления Управления федеральной антимонопольной службы по Костромской области от 21.03.2013 г. №АД 07-04/425 - отказать.

Решение может быть обжаловано в десятидневный срок с даты его принятия в Девятый арбитражный апелляционный суд.

Судья:

С.О.Ласкина