г. Владимир

11 июля 2012 года                                                           Дело № А79-5221/2012

Резолютивная часть постановления объявлена 04.07.2012.

Постановление в полном объеме изготовлено 11.07.2012.

Первый арбитражный апелляционный суд в составе:

председательствующего судьиСмирновой И.А.,

судей Захаровой Т.А., Урлекова В.Н.,

при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Котенковой Ю.А.,

рассмотрел в открытом судебном заседании апелляционную жалобу                 общества с ограниченной ответственностью «Пионер-Лизинг» (ОГРН 1052128050479, ИНН 2128702350, г. Чебоксары, пр. М. Горького, д. 5, корп. 2) на решение Арбитражного суда Чувашской Республики - Чувашии от 24.04.2012

по делу № А79-5221/2012,

принятое судьей Бойко О.И.

по заявлению общества с ограниченной ответственностью «Пионер-Лизинг»

о признании незаконным и отмене постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии от 16.02.2012 по делу № 03-АР-2012,

без участия лиц,

и установил:

общество с ограниченной ответственностью «Пионер-Лизинг» (далее – Общество, заявитель) обратилось в Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии с заявлением о признании незаконным и отмене постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии (далее – Управление, антимонопольный орган) от 16.02.2012 по делу № 03-АР-2012 о привлечении Общества к административной ответственности на основании части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП).

Решением от 24.04.2012 Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии отказал Обществу в удовлетворении требования, признав доказанными событие административного правонарушения и его состав в действиях заявителя.

Общество не согласилось с принятым решением арбитражного суда первой инстанции и обратилось в Первый арбитражный апелляционный суд с апелляционной жалобой, в которой просит его отменить в связи с несоответствием выводов суда обстоятельствам дела, неправильным применением норм материального права и принять по делу новый судебный акт.

По мнению заявителя, специальное законодательство, регулирующее лизинговые правоотношения, не относит лизинг к числу финансовых услуг, квалифицируя лизинговые отношения как отношения по поводу предоставления имущества в аренду.

Лица, участвующие в деле и извещенные надлежащим образом о времени и месте рассмотрения апелляционной жалобы, представителей в судебное заседание не направили.

Управление в отзыве на апелляционную жалобу просило в ее удовлетворении отказать, решение суда – оставить без изменения, а также заявило ходатайство о рассмотрении апелляционной жалобы без его участия.

Законность и обоснованность решения Арбитражного суда Чувашской Республики-Чувашии от 24.04.2012 проверены Первым арбитражным апелляционным судом в порядке, предусмотренном в статье 266 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Изучив материалы дела, суд апелляционной инстанции не нашел оснований для отмены обжалуемого решения.

Как следует из материалов дела, при осуществлении государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением в октябре 2011 года установлен факт распространения Обществом на рекламном щите, установленном рядом с остановкой общественного транспорта «Улица Ахазова» в городе Чебоксары, рекламы следующего содержания: «ООО «Пионер-Лизинг». Лизинг юридическим и физическим лицам от 8 %удорожания в год. Наша пальма первенства в финансировании ваших желаний. Тел.: 55-18-05».

Управление возбудило дело № 55-Р-2011 по факту нарушения Обществом части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Решением антимонопольного органа от 06.12.2011 по делу                             № 55-Р-2011 спорная реклама признана ненадлежащей.

Усмотрев в действиях Общества признаки состава административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП, Управление 02.02.2012 составило в отношении него протокол об административном правонарушении, а постановлением от 16.02.2012 по делу № 03-АР-2012 привлекло Общество к административной ответственности на основании указанной нормы с назначением наказания в виде штрафа в размере                     100 000 руб.

Частью 1 статьи 14.3 КоАП предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

В силу части 1 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно подпункту 5.3.1.1 пункта 5.3.1 статьи 5 Положения о Федеральной антимонопольной службе, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 № 331, Федеральная антимонопольная служба осуществляет контроль в том числе за соблюдением коммерческими и некоммерческими организациями, федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления антимонопольного законодательства, законодательства о естественных монополиях, законодательства о рекламе (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа).

Следовательно, осуществляя государственный контроль в сфере рекламы, антимонопольный орган действует в пределах установленных полномочий.

Дела об административных правонарушениях, ответственность за которые предусмотрена статьей 14.3 КоАП, в силу части 1 статьи 23.48 КоАП, рассматривают должностные лица федерального антимонопольного органа и его территориальных органов. Полномочия на составление протокола об административном правонарушении специалиста-эксперта определены пунктом 4 статьи 28.3 КоАП, приказом Федеральной антимонопольной службы от 19.11.2004 № 180 «О перечне должностных лиц территориальных органов ФАС, управомоченных составлять протокол об административном правонарушении».

В статье 3 Закона о рекламе предусмотрено, 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; 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Проанализировав содержание распространенной Обществом информации, с учетом ее размещения на щитовой рекламной конструкции, суд апелляционной инстанции пришел к выводу о том, что данная информация является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к Обществу как объекту рекламирования, формирование поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с частью 4 статьи 3 Закона о рекламе под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (часть 1 статьи 5 Закона о рекламе).

Согласно части 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается рек­лама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования, если при этом искажает­ся смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе предусмотрено, что реклама финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответст­вующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовав­шиеся услугами лица, или на сумму расходов, которые понесут воспользовав­шиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из этих условий.

В пункте 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006                                      № 135-ФЗ «О защите конкуренции» предусмотрено, что финансовая услуга - это 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.

В силу пункта 6 статьи 4 указанного Закона лизинговая компания как хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, является финансовой организацией.

Проанализировав вышеназванные нормы, суд первой инстанции правомерно указал, что осуществление лизинговой деятельности отнесено к деятельности по оказанию финансовой услуги в понятии, определенном в Законе о рекламе и Федеральном законе от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Более того, в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 20.07.2011 № 20-П также указано, что в силу Федерального закона от 29.10.1998 № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» лизинговая деятельность - это вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества (предмета лизинга) и передаче его в лизинг: лизингодатель при помощи финансовых средств (в том числе бюджетных) оказывает лизингополучателю своего рода финансовую услугу, приобретая имущество в свою собственность и передавая его во владение и пользование лизингополучателю (статья 11), а стоимость этого имущества возмещая за счет периодических лизинговых платежей, образующих его доход от инвестиционной деятельности; за лизингодателем также признается право на бесспорное взыскание просроченных лизинговых платежей (статья 13).

В связи с изложенным доводы Общества о том, что лизинговая деятельность не относится к финансовым услугам, основана на неверном толковании действующих норм.

Таким образом, реклама деятельности, осуществляемой лизинговой компанией, должна отвечать требованиям, установленным в статье 28 Закона о рекламе.

Как установлено судом первой инстанции и подтверждено материалами дела, в спорной рекламе указан лишь процент среднегодового удорожания «от 8 %», а информация, содержащая иные условия оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, в ней отсутствуют.

При этом из договоров лизинга от 10.10.2011 № 216-10/11, от 12.10.2011                          № 217-10/11 следует, что они содержат иные условия, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица.

Так, лизингополучатель обязан застраховать имущество в страховой компании, которую выберет лизингодатель на полную его стоимость в течение всего срока действия настоящего договора плюс один месяц, начиная с момента передачи имущества лизингополучателю (пункт 3.1 договоров); в случае изменения процентных ставок по кредитам, привлеченным лизингодателем в рамках настоящего договора и/или с целью его исполнения, процентной ставки рефинансирования (учетной ставки) ЦБ РФ, общая сумма платежей в неоплаченной на момент вышеприведенных изменений части может быть изменена лизингодателем в одностороннем порядке неограниченное количество раз (пункт 8.7 договоров).

Следовательно, отсутствие в рекламе какой-либо су­щественной части информации приводит к ис­кажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребите­лей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым видом финансовых услуг.

При этих условиях спорная реклама правомерно квалифицирована антимонопольным органом и судом первой инстанции в качестве ненадлежащей, а потому выводы о нарушении Обществом части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе являются правильными.

На основании положений пункта 5 статьи 3, части 6 статьи 38 Закона о рекламе Общество является рекламодателем спорной рекламы, а значит, именно оно несет ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

В силу части 2 статьи 2.1 КоАП 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.

Доказательства, свидетельствующие о том, что Общество предприняло все зависящие от него меры по соблюдению требований законодательства о рекламе, либо невозможность принятия этих мер вызвана чрезвычайными или иными непреодолимыми обстоятельствами, в материалы дела не представлены.

Следовательно, суд первой инстанции пришел к правомерному выводу о наличии в действиях заявителя состава административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП.

Оценка действий правонарушителя с позиции положений статьи 2.9 КоАП является самостоятельным этапом судебного исследования по делу.

Согласно статье 2.9 КоАП 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.

Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 18 постановления от 02.06.2004 № 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.

При этом согласно пункту 18.1 данного постановления Пленума квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния; применение судом положений о малозначительности должно быть мотивировано.

Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях не дает понятия малозначительности, отсутствуют четкие критерии, по которым административные правонарушения следует относить к малозначительным; оценка правонарушения производится судьей, должностным лицом, органом, рассматривающим дело, по своему внутреннему убеждению и усмотрению.

Оценив характер правонарушения и роль правонарушителя, суд апелляционной инстанции не находит оснований для применения к совершенному Обществом правонарушению статьи 2.9 КоАП ввиду его малозначительности, поскольку оно посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Процессуальных нарушений при производстве по делу об административном правонарушении со стороны Управления не установлено. Общество надлежащим образом было уведомлено о времени и месте составления протокола об административном правонарушении и рассмотрения дела. Протокол составлен и постановление о привлечении к административной ответственности вынесено при участии  представителя Общества.

Постановление от 16.02.2012 вынесено Управлением в пределах срока давности, предусмотренного статьей 4.5 КоАП.

Наказание в виде административного штрафа назначено Обществу по правилам статей 4.1, 4.2, 4.3 КоАП, с учетом характера правонарушения и обстоятельств его совершения, в пределах санкции, предусмотренной части 1 статьи 14.3 КоАП.

При этих условиях суд первой инстанции правомерно отказал Обществу  в удовлетворении требования.

Доводы, заявленные Обществом в апелляционной жалобе, не опровергают установленных судом обстоятельств и сделанных на их основе выводов.

Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии в полном объеме выяснил обстоятельства, имеющие значение для дела, его выводы основаны на правильном применении норм материального права.

Нарушений норм процессуального права, являющихся в соответствии с частью 4 статьи 270 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в любом случае основаниями для отмены решения арбитражного суда первой инстанции, не установлено.

С учетом изложенного апелляционная жалоба Общества по приведенным в ней доводам удовлетворению не подлежит.

Исходя из положений части 4 статьи 208 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации вопрос о распределении расходов по государственной пошлине с апелляционной жалобы не рассматривался.

Руководствуясь статьями 268, 269, 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Первый арбитражный апелляционный суд

**ПОСТАНОВИЛ:**

решение Арбитражного суда Чувашской Республики - Чувашии от 24.04.2012 по делу № А79-5221/2012 оставить без изменения, апелляционную жалобу общества с ограниченной ответственностью «Пионер-Лизинг» - без удовлетворения.

Постановление вступает в законную силу со дня его принятия.

Постановление может быть обжаловано в Федеральный арбитражный суд Волго-Вятского округа в двухмесячный срок со дня его принятия только по основаниям, предусмотренным частью 4 статьи 288 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председательствующий судья

И.А. Смирнова

Судьи

Т.А. Захарова

В.Н. Урлеков