г. Владимир

14 ноября 2012 года                                                        Дело № А79-5967/2012

Резолютивная часть постановления объявлена 07.11.2012.

Постановление в полном объеме изготовлено 14.11.2012.

Первый арбитражный апелляционный суд в составе:

председательствующего судьи Смирновой И.А.,

судей Захаровой Т.А., Рубис Е.А.,

при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Лукашовой Д.В.,

рассмотрел в открытом судебном заседании апелляционную жалобу общества с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн»

на решение Арбитражного суда Чувашской Республики - Чувашии от 28.06.2012

по делу № А79-5967/2012,

принятое судьей Павловой О.Л.

по заявлению общества с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн»

о признании недействительными решения и предписания Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике - Чувашии от 12.03.2012 по делу № 08-Р-2012,

без участия лиц,

и установил:

общество с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн» (далее – Общество, заявитель) обратилось в Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии с заявлением о признании недействительными решения и предписания Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии (далее – Управление, антимонопольный орган) от 12.03.2012 по делу № 08-Р-2012.

Решением от 28.06.2012 Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии отказал заявителю в удовлетворении требования.

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, изложенных в решении, обстоятельствам дела, недоказанностью имеющих значение для дела обстоятельств, которые суд считал установленными, нарушением и неправильным применением норм материального права и принять по делу новый судебный акт.

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

Законность и обоснованность решения Арбитражного суда Чувашской Республики-Чувашии от 28.06.2012 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 усматривается из материалов дела и установлено судом первой инстанции, в ходе осуществления контроля за соблюдением требований законодательства о рекламе и на основании заявления гражданки Лаврентьевой А.В. Управлением выявлено распространение Обществом рекламных буклетов с изображением предметов бытовой техники (телевизоры, видеокамеры, фотокамеры, стиральные машины, холодильники, сотовые телефоны, мониторы и др.) с указанием наименования производителя товара, цены и описания технических характеристик товара.

При этом в нижней части первой страницы рекламного буклета изображен указатель с надписью «№ 1 в Европе», направленный на полосу желтого цвета, содержащую наименования различных стран: «Belgie \* Deutschland \* Ellada \* Espana \* Italia \* Magayarorszag \* Nederland \* Osterreich \* Polska \* Portugal \* Россия \* Schwiz \* Sverige \* Turkiye».

Текстовая информация размещена на фоне изображения телевизора и фотокамеры.

Управление усмотрело в действиях Общества нарушение требований, предусмотренных пунктами 1, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), в связи с чем 26.01.2012 возбудило в отношении него дело № 08-Р-2012.

По результатам рассмотрения указанного дела Управление вынесло решение от 12.03.2012, которым признало распространенную Обществом рекламу ненадлежащей, а Общество - нарушившим требования названных норм Закона о рекламе.

Кроме того, Обществу выдано предписание от 12.03.2012, которым ему предписано в срок до 30.03.2012 прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы, содержащей утверждение «№ 1 в Европе» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение.

Общество не согласилось с ненормативным актами Управления и обратилось в арбитражный суд с настоящим заявлением.

В соответствии с частью 1 статьи 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации 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 нормативному правовому акту и нарушают их права и законные интересы в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, незаконно возлагают на них какие-либо обязанности, создают иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности.

Частью 4 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации установлено, что 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.

Таким образом, для признания ненормативного акта недействительным, решения и действия (бездействия) незаконными необходимо наличие одновременно двух условий: несоответствие их закону или иному нормативному правовому акту и нарушение прав и законных интересов заявителя в сфере предпринимательской или иной экономической деятельности.

Частью 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе предусмотрено, что антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения.

Из положений части 3 статьи 36 Закона о рекламе следует, что на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей выдается предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, которое должно содержать указание о прекращении ее распространения.

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.

В силу статьи 4 Закона о рекламе отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы регулируются настоящим Федеральным законом, а также принятыми в соответствии с настоящим Федеральным законом иными федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе 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.

Из содержания размещенной Обществом информации, с учетом ее распространения посредством рекламных буклетов, следует, что данная информация является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формированию и поддержанию интереса к немуи его продвижению на рынке.

В статье 5 Закона о рекламе установлены общие требования к рекламе, а именно: реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе предусмотрено, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Недостоверной также является реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара (пункт 20 части 1 статьи 5 Закона о рекламе).

По смыслу приведенных нормативных положений реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. При этом те или иные способ, форма и средства распространения соответствующей информации могут предполагать различный рынок воздействия (по географическому признаку), в том числе тот или иной локальный рынок, на котором существует определенная конкурентная среда и определенные потребители рекламы.

Кроме того, недостоверной считается не только заведомо ложная, но и просто устаревшая, не только активно провозглашаемая, но и умалчиваемая, имеющая существенное значение информация. Любая из форм проявления недостоверной рекламы преследуется законом.

Как установил суд первой инстанции, Общество не оспаривает факт употребления в рекламном буклете значения «№ 1 в Европе», но при этом исходит из того, что оно является лидером европейского рынка по товарообороту бытовой техники согласно письму компании «Planet Retail UK» от 15.02.2010.

Согласно толковому словарю Ожегова С.И. и Шведова Н.Ю. слова «номер один» имеет несколько значений, в том числе: самый главный или первостепенный», например, соперник номер один; проблема номер один и так далее.

Вместе с тем, как правомерно отметили антимонопольный орган и суд, в спорной рекламе Общество не указало сведения о том, что оно позиционирует себя в качестве общества номер один по объему товарооборота электронных устройств и оборудования.

Поскольку в рекламном буклете не указаны критерии, раскрывающие содержание преимущества, вытекающего из слогана «№ 1 в Европе», его использование без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, допускает возможность проведения потребителями такого сравнения по любому критерию.

На этом основании суд первой инстанции пришел к правильному выводу о том, что использование в рекламе такой сравнительной характеристики как «№ 1» воспринимается потребителями как первый по всем возможным показателям. Отсутствие в спорной рекламе полной информации не позволяет потребителям рекламы из ее содержания сделать однозначный вывод о том, в каком значении употреблено значение «№ 1 в Европе», что вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно объекта рекламирования; указанное утверждение воспринимается ими о неких преимуществах товаров, реализуемых Обществом, а также о преимуществах компании «Медиа Маркт» перед другими продавцами, осуществляющими свою деятельностью на данном рынке.

Следовательно, в распространенном Обществом рекламном буклете были использованы не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара (услугах), а также об изготовителе, а именно использован термин «номер первый» в превосходной степени при отсутствии на то документального подтверждения.

Довод Общества о необходимости проведения социологического исследования (опросы, анкетирование) в целях установления, каким образом потребителями воспринимается сравнительная характеристика                  «№ 1», суд апелляционной инстанции отклоняет, посколькудля оценки восприятия спорной информациифакт введения потребителей в заблуждение не требует особой процедуры доказывания.

В силу статьи 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации судом установлена совокупность обстоятельств размещения рекламы, таких как: месторасположение (около проезжей части); ограниченное время считывания информации; размер шрифта, которым выполнены существенные условия вклада «Осенний сезон», что не позволяет потребителям прочесть информацию об условиях вклада, тем самым вводит последних в заблуждение относительно данной информации.

При этих условиях спорная реклама правомерно квалифицирована антимонопольным органом и судом первой инстанции в качестве ненадлежащей, а потому выводы о нарушении Обществом пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе являются правильными.

Суд первой инстанции установил и материалами дела подтверждается, что Общество в силу положений пункта 5 статьи 3, части 6 статьи 38 Закона о рекламе является рекламодателем спорной рекламы, следовательно, именно оно несет ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

С учетом изложенного решение и предписание вынесены уполномоченным органом в соответствии с действующим законодательством и не нарушают права и законные интересы Общества в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Доказательств обратного заявитель в нарушение статьи 65 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации не представил.

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

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

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.

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

П О С Т А Н О В И Л:

решение Арбитражного суда Чувашской Республики - Чувашии от 28.06.2012 по делу № А79-5967/2012 оставить без изменения, апелляционную жалобу общества с ограниченной ответственностью «Медиа-Маркт-Сатурн» - 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.

Председательствующий судья

И.А. Смирнова

Судьи

Т.А. Захарова

Е.А. Рубис