



ДЕВЯТЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД
127994, Москва, ГСП-4, проезд Соломенной сторожки, 12
адрес электронной почты: 9aas.info@arbitr.ru
адрес веб.сайта: <http://www.9aas.arbitr.ru>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

№ 09АП-11541/2020

г. Москва
08 июня 2020 года

Дело № А40-332171/19

Резолютивная часть постановления объявлена 04 июня 2020 года
Постановление изготовлено в полном объеме 08 июня 2020 года

Девятый арбитражный апелляционный суд в составе:
председательствующего судьи Попова В.И.,
судей: Мухина С.М., Яковлевой Л.Г.,
при ведении протокола секретарем судебного заседания Омаровым А.А.,
рассмотрев в открытом судебном заседании апелляционную жалобу ООО «ПМБК»
на решение Арбитражного суда г. Москвы от 07.02.2020 по делу № А40-332171/19
по заявлению ООО «ПМБК»
к УФАС по Ставропольскому краю
о признании незаконным и отмене постановления,
в присутствии:
от заявителя: не явился, извещен;
от заинтересованного лица: не явился, извещен;

У С Т А Н О В И Л:

ООО «ПМБК» (далее – общество, заявитель) обратилось в Арбитражный суд г.Москвы с заявлением к УФАС по Ставропольскому краю (далее – антимонопольный орган) о признании незаконным и отмене постановления по делу об административном правонарушении № 026/04/14.3-11752019 от 26.11.2019.

Решением Арбитражного суда г.Москвы от 07.02.2020 в удовлетворении заявленных требований отказано ввиду отсутствия к тому правовых и фактических оснований.

Не согласившись с принятым решением, Общество подало апелляционную жалобу, в которой просит его отменить и принять по делу новый судебный акт об удовлетворении заявленных требований по основаниям, изложенным в ней.

От антимонопольного органа поступил отзыв.

Судебное разбирательство откладывалось в порядке ст.158 АПК РФ, в том числе, учитывая наличие ограничений по рассмотрению дел.

До начала судебного заседания от общества поступило ходатайство об отложении рассмотрения дела или рассмотрении апелляционной жалобы в отсутствие его представителя.

Апелляционный суд протокольным определением отклонил заявленное ходатайство, счел возможным рассмотреть дело при фактической явке сторон.

Представители заявителя и ответчика в судебное заседание не явились, в связи с чем, спор рассмотрен в их отсутствие в порядке ст.123, 156 АПК РФ.

Законность и обоснованность решения проверены в соответствии со ст.ст.266 и 268 АПК РФ. Апелляционный суд, исследовав и оценив имеющиеся в материалах дела доказательства, доводы апелляционной жалобы, считает, что решение подлежит оставлению без изменения, исходя из следующего.

Как усматривается из фактических обстоятельств дела, Общество оспариваемым постановлением привлечено к административной ответственности по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ за нарушение законодательства «О рекламе».

Не согласившись с указанным постановлением, заявитель обратился в Арбитражный суд г. Москвы.

Суд апелляционной инстанции, оценив в совокупности все имеющиеся в материалах дела доказательства и обстоятельства дела, считает, что вопреки доводам жалобы, судом первой инстанции правильно и полно установлены обстоятельства, имеющие значение для дела, применены нормы материального права и сделан обоснованный вывод об отсутствии оснований для удовлетворения заявленных требований.

Поддерживая данный вывод суда, апелляционная коллегия исходит из следующего.

В соответствии со статьей 23.48 КоАП РФ, Федеральный антимонопольный орган, его территориальные органы рассматривают дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии с п.1 ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) 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.

Материалами дела установлено, что 28 мая 2019 года на фасаде здания в г.Ставрополе на ул.Ленина, 448, А, в котором осуществляет свою деятельность букмекерская компания «Лига Ставок», зафиксирован рекламный баннер следующего содержания: " АвтоЛига. Ставрополь. Вручение автомобиля 06 мая. Дополнительные призы... Букмекерская компания".

Как верно установил суд, исходя из содержания рассматриваемой информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к букмекерским играм в букмекерской конторе, стимулирующему мероприятию, для участия в котором необходимо сделать ставку, формирование и поддержание интереса к этим играм и продвижения их на рынке, и, следовательно, эта информация является рекламной.

Исходя из норм п.14 ст.1, п.1 ст.4 Федерального закона от 29.12.2006 N 244-ФЗ "О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" букмекерские игры относятся к азартным играм, которые основаны на риске.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 27 Закона о рекламе, реклама основанных на риске игр, пари допускается только в зданиях, строениях, сооружениях, в которых проводятся такие игры, пари, за исключением объектов транспортной инфраструктуры.

Согласно приложению к лицензии №6 от 08.07.2009г. на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах Общество осуществляет деятельность по адресу г. Ставрополь, ул. Ленина, 448, А.

Кроме того, в распространенной рекламе отсутствуют сроки проведения стимулирующего мероприятия, что является нарушением части 1 статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38 – ФЗ «О рекламе».

С учетом пункта 5, 7 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе», рекламодателем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является ООО «Первая международная букмекерская компания».

13 августа 2019 года Управлением Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю, было возбуждено дело об административном правонарушении №026/04/14.3-1175/2019 и проведении административного расследования в отношении ООО «Первая международная букмекерская компания».

ООО «Первая международная букмекерская компания» было привлечено к ответственности и как рекламодатель и как рекламораспространитель.

12 ноября 2019г. был составлен протокол №544 об административном правонарушении в присутствии представителя Общества.

Таким образом, судом первой инстанции верно установлено, что при рассмотрении дела об административном правонарушении в отношении Общества УФАС была соблюдена процедура, предусмотренная Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, и должным образом применены нормы материального права.

Вопреки доводам жалобы, судом верно определено, что информация, распространенная обществом на баннере, является рекламой.

Как следует из материалов дела, исходя из содержания рассматриваемой информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к букмекерским играм в букмекерской конторе, стимулирующему мероприятию, для участия в котором необходимо сделать ставку, формирование и поддержание интереса к этим играм и продвижения их на рынке, и, следовательно, эта информация является рекламной.

Материалами дела, подтверждается, что распространение наружной рекламы, вышеуказанной букмекерской конторы противоречит требованиям пункта 2 части 2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе», поскольку содержание рекламного баннера обращено на пешеходную часть улицы и привлекает внимание к данному игорному заведению неопределенного круга лиц, находящихся вне здания, в котором размещен игровой зал.

Кроме того, судом правомерно отклонен довод Общества о том, что информация, размещена обществом в силу обычая делового оборота, и в связи с этим не является рекламой.

В соответствии с пунктом 18 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 №37 «Обзор Практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», указание на здании в месте нахождения организации её наименования, адреса и режима работы относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске Законом «О защите прав потребителей».

Статья 2 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38 – ФЗ «О рекламе» указывает, что настоящий закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

В соответствии с частью 1 статьи 9 Федерального закона № 2300-1 от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей», изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до

сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

Частью 1 статьи 9 Федерального закона «О защите прав потребителей» определено, что в вывеске помимо наименования организации и адреса, должна присутствовать еще информация о режиме работы.

Назначение информации такого характера состоит в извещении неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении юридического лица и (или) обозначения места входа.

Согласно пункту 1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» и пунктам 15, 18 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» указано, что основополагающее отличие вывески от рекламы заключается в том, что её целью не является формирование или поддержание интереса к её обладателю, его товарам, идеям, начинаниям и способствованию реализации этих товаров, а информирование третьих лиц о наличии юридического лица как такового. В этой связи при оценке того, обладает ли вывеска рекламным характером, анализу подлежат использованные при её выполнении средства и их способность влиять на её общее восприятие рядовым гражданином (потребителем).

Необходимо учитывать, что основополагающее отличие вывески от рекламы заключается в том, что её целью является не формирование или поддержание интереса к её обладателю, его товарам, идеям, начинаниям и способствованию реализации этих товаров, а информирование третьих лиц о наличии юридического лица как такового.

Учитывая изложенное, вопреки утверждению общества, баннер, размещенный на фасаде дома по адресу г.Ставрополь, ул. Ленина, 448, содержит в себе информацию о дате вручения автомобиля, о правилах проведения акции, главным призом которой является выигрыш автомобиля, и основным условием участия в этой акции является совершение ставок на игру, основанную на риске.

Следовательно, вышеуказанный баннер, является рекламой игры, основанной на риске, деятельность, по организации которой проводится в букмекерской конторе «Лига Ставок».

Таким образом, довод Общества о том, что баннер размещенный на фасаде здания не является рекламой, а является информацией обязательной для доведения до потребителей в связи с обычаями делового оборота, не состоятелен.

Учитывая приведенные данные, вывод суда первой инстанции о доказанности ответчиком наличия события вмененного Обществу правонарушения, основан на нормах права и материалах дела.

В соответствии с п.1 ст.2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Согласно п.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 КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, что заявителем сделано не было.

Таким образом, суд первой инстанции обоснованно указал на то, что у Общества имелась возможность для соблюдения требований законодательства Российской

Федерации о рекламе, однако им не были предприняты все зависящие от него меры по соблюдению данных требований.

Сроки давности привлечения Общества к административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, предусмотренные частью 1 статьи 4.5 КоАП не истекли.

При таких обстоятельствах суд апелляционной инстанции полагает, что суд первой инстанции вынес законное и обоснованное решение, полно и правильно установил обстоятельства дела, применил нормы материального права, подлежащие применению, и не допустил нарушения процессуального закона, в связи с чем, оснований для отмены или изменения судебного акта не имеется.

Нарушений норм процессуального права, предусмотренных ч. 4 ст. 270 АПК РФ и влекущих безусловную отмену судебного акта, судебной коллегией не установлено.

Учитывая изложенное и руководствуясь ч.3 ст.229, ст.ст.266, 268, 269, 271, 272.1 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Девятый арбитражный апелляционный суд

ПО С Т А Н О В И Л:

решение Арбитражного суда города Москвы от 07.02.2020 по делу № А40-332171/19 оставить без изменения, апелляционную жалобу – без удовлетворения.

Постановление вступает в законную силу со дня его принятия и может быть обжаловано в течение двух месяцев со дня изготовления постановления в полном объеме в Арбитражный суд Московского округа.

Председательствующий судья:

В.И. Попов

Судьи:

С.М. Мухин

Л.Г. Яковлева

Телефон справочной службы суда – 8 (495) 987-28-00.