

**ВТОРОЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД****610007, г. Киров, ул. Хлыновская, 3, <http://2aas.arbitr.ru>****ПОСТАНОВЛЕНИЕ****арбитражного суда апелляционной инстанции**

г. Киров

23 мая 2014 года

Дело № А82-15244/2013

Резолютивная часть постановления объявлена 20 мая 2014 года.

Полный текст постановления изготовлен 23 мая 2014 года.

Второй арбитражный апелляционный суд в составе:

председательствующего Ившиной Г.Г.,

судей Буториной Г.Г., Кононова П.И.,

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

при участии в судебном заседании:

представителя заявителя Копышевой Ю.В., действующей на основании доверенности от 23.09.2013,

рассмотрев в судебном заседании апелляционную жалобу открытого акционерного общества «Федеральная пассажирская компания» в лице Северного филиала на решение Арбитражного суда Ярославской области от 04.03.2014 по делу №А82-15244/2013, принятое судом в составе судьи Глызиной А.В.,

по заявлению открытого акционерного общества «Федеральная пассажирская компания» в лице Северного филиала (ИНН: 7708709686, ОГРН: 1097746772738) к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области (ИНН: 7604009440, ОГРН: 1027600695154)

о признании недействительными решения и предписания от 23.08.2013 по делу о нарушении законодательства о рекламе № 04-01/34-13,

о признании незаконным и отмене постановления от 21.10.2013 о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 04-04/34А-13,

установил:

открытое акционерное общество «Федеральная пассажирская компания» в лице Северного филиала (далее – заявитель, ОАО «ФПК», Общество) обратилось в Арбитражный суд Ярославской области с заявлениями о признании недействительными решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области (далее – ответчик, Управление, УФАС, антимонопольный орган) от 23.08.2013 по делу о нарушении законодательства о рекламе № 04-01/34-13, в соответствии с которым была признана ненадлежащей, нарушающей требования пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ

«О рекламе» (далее – Закон № 38-ФЗ, Закон о рекламе) реклама Общества, и вынесенного на основании данного решения обязательного для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также о признании незаконным и отмене постановления УФАС от 21.10.2013 о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 04-04/34А-13, согласно которому заявитель был привлечен к административной ответственности за совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), и ему было назначено наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей.

Определением суда от 05.02.2014 возбужденные на основании данных заявлений дела № А82-15244/2013 и № А82-16630/2013 на основании части 6 статьи 130 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее – АПК РФ) объединены в одно производство для их совместного рассмотрения в рамках дела № А82-15244/2013.

Решением суда от 04.03.2014 в удовлетворении заявленных требований было отказано в полном объеме.

Не согласившись с принятым судебным актом, ОАО «ФПК» обратилось во Второй арбитражный апелляционный суд с апелляционной жалобой, в которой просит решение суда первой инстанции отменить и принять по делу новый судебный акт.

Заявитель полагает, что им как рекламодателем были приняты все необходимые и зависящие от него меры по соблюдению требований законодательства о рекламе. В целях обеспечения наглядности наружной рекламы с большого расстояния при размещении информации о времени нахождения поезда в пути было произведено округление по правилам арифметики. Минимальная стоимость проездных документов в первом полугодии 2013 года составляла именно ту сумму, которая была приведена в рекламе. Кроме того, текст рекламы для обеспечения возможности получения потребителями более подробной информации содержал указание на адрес сайта в сети Интернет и телефон Единого информационно-справочного центра, где можно было круглосуточно получить точную информацию о расписании и стоимости проезда.

Также Общество полагает, что при проверке законности оспариваемого постановления Управления суд безосновательно не учел положения статьи 2.9 КоАП РФ, а при оценке правомерности предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе не принял во внимание, что оно не могло быть исполнено, поскольку спорная реклама была заменена на новый рекламный билборд, о чем антимонопольный орган был проинформирован до вынесения решения и предписания по делу о нарушении законодательства о рекламе.

Ответчик представил письменный отзыв на апелляционную жалобу, в котором опровергает доводы ОАО «ФПК», считает решение суда первой инстанции законным и обоснованным и не усматривает правовых оснований для его отмены.

В судебном заседании представитель Общества настаивал на доводах, изложенных в апелляционной жалобе, просил решение суда первой инстанции отменить.

УФАС явку своего представителя в судебное заседание апелляционного суда не обеспечило, о времени и месте рассмотрения апелляционной жалобы извещено

надлежащим образом. В соответствии со статьей 156 АПК РФ дело рассматривается в отсутствие представителя ответчика.

Законность решения Арбитражного суда Ярославской области проверена Вторым арбитражным апелляционным судом в порядке, установленном статьями 258, 266, 268 АПК РФ.

Как следует из материалов дела и установлено судом первой инстанции, 13.05.2013 в УФАС поступило обращение гражданина по факту размещения на рекламной конструкции на остановке «Автовокзал» города Ярославля на рекламном месте ООО «Рекламная группа «Дрим» информации следующего содержания: «Ярославль – Москва! Всего 3 часа и Вы в центре Москвы! Новые фирменные поезда: климат-контроль, биотуалеты. Ежедневно – 3 рейса в день. Цена от 647 руб. Вагоны с местами для сидения, купе и СВ. Федеральная пассажирская компания www.pass.rzd.ru 8-800-775-0000 РЖД» (том 2 л.д. 99). Суть жалобы сводилась к несоответствию действительности указанного в рекламе времени нахождения поезда в пути.

По результатам рассмотрения данного обращения и установления 24.05.2013 сотрудниками Управления фактического размещения указанной рекламной конструкции в отношении ОАО «ФПК» было возбуждено дело № 04-01/34-13 по признакам нарушения законодательства о рекламе.

В ходе комиссионного рассмотрения данного дела было установлено, что сведения в рекламе о стоимости проезда сообщением «Ярославль – Москва» с 28.04.2013 и по момент проверки не соответствовали действительности, поскольку в соответствии с приложением 3 приказа Федеральной службы по тарифам от 27.07.2010 № 156-т/1, постановлением Комитета Российской Федерации по политике цен от 22.12.1993 № 44 «О тарифах на перевозки грузов и пассажиров железнодорожным транспортом», приложением 1 приказа Федеральной службы по тарифам от 04.12.2012 № 346-т/3, пунктами 1,2 распоряжения ОАО «ФПК» от 23.01.2013 № 82/р указанная в тексте рекламного сообщения стоимость проезда от 647 рублей соответствовала только периоду с 11.03.2013 по 27.04.2013.

Также была выявлена недостоверность сведений о длительности рейса «Ярославль – Москва», так как длительность пребывания в пути в данном направлении составляла не менее 3 часов 25 минут.

23.08.2013 по результатам рассмотрения материалов дела комиссия УФАС приняла решение, в соответствии с которым реклама приведенного выше содержания была признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5 Закона № 38-ФЗ (том 1 л.д. 71-75).

На основании данного решения Обществу было выдано обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе путем прекращения распространения рекламы, содержащей недостоверную информацию о цене и длительности железнодорожных рейсов (том 1 л.д. 69-70).

В соответствии с пунктом 3 резолютивной части решения Управления материалы дела были переданы уполномоченному должностному лицу антимонопольного органа для возбуждения в отношении ОАО «ФПК» дела об административном правонарушении.

07.10.2013 по факту допущенных нарушений в отношении Общества в присутствии его представителя по доверенности был составлен протокол об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ (том 1 л.д. 61-65).

21.10.2013 заместитель руководителя УФАС, рассмотрев указанный протокол и иные материалы дела об административном правонарушении № 04-04/34А-13, вынес постановление, согласно которому заявитель был привлечен к административной ответственности за совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и ему было назначено наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей (том 1 л.д. 8-12).

Оспаривая правомерность принятых антимонопольным органом актов, ОАО «ФПК» обратилось в Арбитражный суд Ярославской области с требованием о признании решения и предписания УФАС недействительными, а постановления по делу об административном правонарушении – незаконным и его последующей отмене.

Суд первой инстанции согласился с выводами антимонопольного органа о нарушении Обществом требований Закона о рекламе, признал доказанным наличие в действиях заявителя состава вмененного ему административного правонарушения, в связи с чем отказал в удовлетворении заявленных требований в полном объеме.

Исследовав материалы дела, изучив доводы апелляционной жалобы и отзыва на нее, заслушав представителя Общества, суд апелляционной инстанции не нашел оснований для отмены или изменения решения суда исходя из следующего.

В силу части 1 статьи 198 АПК РФ граждане, организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц, если полагают, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение 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.

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, что также отражено в пункте 6 постановления Пленумов Верховного Суда Российской Федерации и Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 01.07.1996 № 6/8 «О некоторых вопросах, связанных с применением части первой Гражданского кодекса Российской Федерации».

Отсутствие предусмотренной статьей 198 АПК РФ совокупности условий, необходимой для оспаривания ненормативного правового акта, действия, решения, влечет в силу части 3 статьи 201 АПК РФ отказ в удовлетворении заявленных требований.

Согласно части 1 статьи 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.

В силу части 1 статьи 2 Закона № 38-ФЗ данный Закон применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации.

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, 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 (пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе).

Размещенная на рассмотренной рекламной конструкции информация о рейсах ОАО «ФПК» по направлению «Ярославль – Москва» отвечает всем признакам, указанным в пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе, соответственно, является рекламой.

В силу пункта 4 статьи 3 Закона № 38-ФЗ ненадлежащей является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Частью 1 статьи 5 Закона о рекламе предусмотрено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу пункта 2 части 3 статьи 5 Закона № 38-ФЗ недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии с пунктом 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе"» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Системное толкование указанных положений закона позволяет сделать вывод о том, что реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств, качеств, характеристик товара (работы, услуги), в том числе его природы. Текст рекламы не должен содержать выражений (например, путем применения «двойных стандартов», «игры слов»), способных

создать впечатление о свойствах товара, которыми он не обладает.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому введение потребителей в заблуждение посредством распространения недостоверной рекламы способно привести к неправильному выбору потребителем товара (услуги) с необходимым ему набором потребительских свойств и в то же время привести к сокращению продаж однородных товаров (услуг) конкурентами.

В письме от 05.08.2013 № ФПКФ-591 ОАО «ФПК» сообщало, что с 26.05.2013 был введен в действие новый график движения поездов, согласно которому в связи с технологическими особенностями подготовки путей к организации скоростного движения время в пути поезда маршрутом следования «Ярославль – Москва» стало составлять 3 часа 29 минут, что в долях единицы составляет 3,48 часа. Заявитель отмечает, что при подготовке информационного материала для размещения спорной рекламы ему не было известно о планируемых собственником инфраструктуры мероприятиях, вследствие которых произошло увеличение времени в пути на маршруте «Ярославль – Москва». При этом указано, что после утверждения нового графика движения поездов был подготовлен макет с обновленной информацией о поездах и 19.06.2013 был размещен новый билборд, на котором указано время в пути – 3,5 часа (том 1 л.д. 102-103).

Вместе с тем, как установлено комиссией УФАС и подтверждено материалами дела, на момент размещения спорной рекламы время нахождения в пути поезда следованием по маршруту «Ярославль – Москва» составляло 3 часа 25 минут, о чем достоверно было известно Обществу. Заявитель указывает на то, что в целях обеспечения наглядности наружной рекламы с большого расстояния при размещении информации о времени в пути было произведено округление по правилам арифметики, для чего в рекламе время в пути было сокращено до 3 часов. Однако это заведомо не соответствовало действительности и вводило в заблуждение потенциальных потребителей.

Кроме того, в рекламе были указаны недостоверные сведения о цене билетов на рекламируемые рейсы. Стоимость проезда в течение года постоянно варьируется и зависит от установленных коэффициентов индексации. Указанная в рекламе стоимость проезда в размере 647 рублей соответствовала периоду с 11.03.2013 по 27.04.2013 (реклама размещена не ранее конца марта 2013 года, о чем свидетельствует акт выполненных работ от 01.04.2013 – том 1 л.д. 113), в котором действовал коэффициент индексации 0,75, а не первому полугодию 2013 года, как указывает заявитель. Названный коэффициент действует непродолжительное время и при этом является самым низким, а следовательно, наиболее привлекательным для потребителей коэффициентом (за исключением периода 08.05.2013 – 09.05.2013). На момент выявления признаков нарушения законодательства о рекламе минимальная цена проезда составляла уже 825 рублей.

В этой связи следует учитывать, что спорная реклама была размещена в районе остановки «Автовокзал» города Ярославля; в данном месте реализуются иные способы транспортного сообщения по маршруту «Ярославль – Москва» и, безусловно, имеется большой пассажиропоток, то есть повышенная концентрация потенциальных потребителей рекламируемых Обществом услуг. Потребитель при решении вопроса о выборе способа поездки при прочтении спорной рекламы мог быть введен в заблуждение посредством распространения недостоверной информации, что могло привести к неправильному выбору потребителем услуги с

необходимым ему набором потребительских свойств (цена, время в пути) и в то же время – к сокращению продаж однородных товаров (услуг) конкурентами.

Проанализировав обстоятельства дела в совокупности с имеющимися доказательствами, суд апелляционной инстанции находит правомерными выводы антимонопольного органа и суда о том, что такая реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения о длительности рейсов и стоимости билетов, является ненадлежащей и не соответствует требованиям пункта 2 части 3 статьи 5 Закона № 38-ФЗ.

Указание в рекламе на адрес сайта в сети Интернет и телефон Единого информационно-справочного центра, где можно было круглосуточно получить точную информацию о расписании и стоимости проезда, не нивелирует обязанность Общества при размещении рекламы соблюдать требования Закона № 38-ФЗ.

В этой связи решение УФАС от 23.08.2013 по делу № 04-01/34-13 является законным и обоснованным, соответствует фактическим обстоятельствам дела. Вынесенное на основании данного решения предписание было призвано воздействовать на Общество с целью прекращения им нарушения законодательства о рекламе, при этом факт извещения ответчика до вынесения оспариваемого предписания о размещении нового билборда с указанием уточненного времени в пути не свидетельствует о нарушении прав и законных интересов ОАО «ФПК» вследствие возложения на него указанной в предписании обязанности, тем более что сведений о приведении в соответствие с требованиями Закона № 38-ФЗ содержащейся в рекламе информации о стоимости билета в письме от 05.08.2013 № ФПКФ-591 не имелось.

Таким образом, предусмотренная статьями 198, 201 АПК РФ совокупность условий, необходимых для признания недействительными оспариваемых актов антимонопольного органа у суда первой инстанции отсутствовала.

Установление антимонопольным органом факта нарушения Обществом законодательства о рекламе послужило поводом для возбуждения в отношении заявителя дела об административном правонарушении и вынесения по итогам его рассмотрения оспариваемого постановления, которым ОАО «ФПК» было привлечено к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 6 статьи 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.

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

Нарушение пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе вменено Обществу в качестве объективной стороны данного административного правонарушения.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе под рекламодателем понимается

изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

При рассмотрении дела антимонопольный орган установил, что ОАО «ФПК» является рекламодателем спорной рекламы, что подтверждается заключенным между Обществом и ООО Рекламная группа «Дрим» договором на размещение рекламы от 28.03.2013, актами выполненных работ от 01.04.2013 №40103, от 30.04.2013 № 40404/4, платежными поручениями от 29.04.2013 №173807, от 13.05.2013 № 181760.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе частями 2 – 8 статьи 5 данного Федерального закона.

С учетом изложенных выше обстоятельств наличие в действиях ОАО «ФПК» как рекламодателя события вменяемого административного правонарушения является доказанным.

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

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.

Принимая решение о размещении рекламной информации на рекламной конструкции, Общество не предприняло всех возможных, необходимых и достаточных мер для соблюдения требований законодательства, в том числе в полной мере не исполнило требования пункта 2 части 3 статьи 5 Закона № 38-ФЗ, однако в данном случае у заявителя имелась возможность не допустить совершения административного правонарушения, что подтверждается указаниями самого Общества на размещение им рекламы с уточнением сведений о длительности рейсов.

Обстоятельств, свидетельствующих об отсутствии вины ОАО «ФПК» во вмененном правонарушении, из материалов дела не усматривается.

При таких обстоятельствах является правомерным вывод суда первой инстанции о том, что совершенное Обществом деяние формально содержит признаки административного правонарушения, ответственность за совершение которого предусмотрена в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Выводы об отсутствии признаков малозначительности совершенного деяния судом апелляционной инстанции проверены и признаны обоснованными. Исключительных обстоятельств по настоящему делу, которые могли бы свидетельствовать о малозначительности правонарушения, не установлено. Факт размещения рекламы только на одной рекламной конструкции города Ярославля в течение непродолжительного периода времени не опровергает данные выводы. При этом следует отметить, что никакие обстоятельства заранее не определены для суда как обязывающие его применять положения статьи 2.9 КоАП РФ. Категория малозначительности относится к числу оценочных, в связи с чем

определяется в каждом конкретном случае исходя из обстоятельств совершенного правонарушения. Оценка правонарушения в качестве малозначительного является правом, а не обязанностью суда. По этой причине признание судами по иным делам совершенных хозяйствующими субъектами правонарушений малозначительными не лишает суд права в рамках данного конкретного дела оценивать фактические обстоятельства совершенного правонарушения в их взаимной связи, учитывать характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения с целью принятия решения о возможности применения положений о малозначительности. Выводы судов по иным делам не имеют преюдициального значения для настоящего спора, ввиду чего не являются обязательными.

Доводы заявителя об отсутствии существенной угрозы общественным отношениям не могут быть приняты судом апелляционной инстанции, поскольку такая угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо негативных материальных последствий, а в пренебрежительном отношении заявителя к исполнению своих публично-правовых обязанностей, предусмотренных законом о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающей специальными познаниями.

При этом следует обратить внимание на обращение в антимонопольный орган физического лица с жалобой на несоответствие действительности изложенной в рекламе информации.

Согласно статье 1 Закона № 38-ФЗ целями данного Закона являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Таким образом, суд апелляционной инстанции соглашается с позицией УФАС и арбитражного суда об отсутствии оснований для признания данного правонарушения малозначительным.

В соответствии с частью 3 статьи 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.

При изложенных обстоятельствах Арбитражный суд Ярославской области правомерно принял решение об отказе в удовлетворении требований заявителя о признании недействительными решения и предписания УФАС, а также о признании незаконным и отмене постановления антимонопольного органа по делу об административном правонарушении.

Суд апелляционной инстанции находит обжалуемое решение суда законным и обоснованным и не усматривает правовых оснований для его отмены.

Нарушений норм процессуального права, предусмотренных в части 4 статьи 270 АПК РФ и являющихся безусловными основаниями для отмены судебного

акта, судом апелляционной инстанции не установлено.

В соответствии с частью 4 статьи 208 АПК РФ, частью 5 статьи 30.2 КоАП РФ государственная пошлина по апелляционной жалобе по делу об оспаривании решения административного органа о привлечении к административной ответственности не уплачивается.

Однако в рамках настоящего дела помимо постановления заявителем оспаривалась законность решения и предписания Управления. При этом согласно пункту 15 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 25.05.2005 № 91 «О некоторых вопросах применения арбитражными судами главы 25.3 Налогового кодекса Российской Федерации» при обжаловании судебных актов по делам о признании ненормативного правового акта недействительным и о признании решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц незаконными государственная пошлина уплачивается юридическими лицами в размере 1000 рублей и в соответствии со статьей 110 АПК РФ относится на заявителя.

При подаче апелляционной жалобы Общество по платежному поручению от 19.03.2014 № 524952 уплатило государственную пошлину в размере 2000 рублей, в связи с чем на основании пункта 1 части 1 статьи 333.40 Налогового кодекса Российской Федерации излишне уплаченная государственная пошлина в сумме 1000 рублей подлежит возврату из федерального бюджета ее плательщику.

Руководствуясь статьями 258, 268, пунктом 1 статьи 269, статьей 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Второй арбитражный апелляционный суд

ПО С Т А Н О В И Л:

решение Арбитражного суда Ярославской области от 04.03.2014 по делу №А82-15244/2013 оставить без изменения, а апелляционную жалобу открытого акционерного общества «Федеральная пассажирская компания» в лице Северного филиала – без удовлетворения.

Возвратить открытому акционерному обществу «Федеральная пассажирская компания» (Северный филиал) (ИНН: 7708709686, ОГРН: 1097746772738) из федерального бюджета государственную пошлину в размере 1000 (одной тысячи) рублей 00 копеек, излишне уплаченную по платежному поручению от 19.03.2014 № 524952.

Выдать справку на возврат государственной пошлины.

Постановление вступает в законную силу со дня его принятия.

Постановление может быть обжаловано в Федеральный арбитражный суд Волго-Вятского округа в случаях и в порядке, установленных Арбитражным процессуальным кодексом Российской Федерации.

Председательствующий

Г.Г. Ившина

Судьи

Г.Г. Буторина

П.И. Кононов