



А Р Б И Т Р А Ж Н Ы Й С У Д А Л Т А Й С К О Г О К Р А Я

656015, Барнаул, пр. Ленина, д. 76, тел.: (3852) 61-92-78, факс: 61-92-93

[http:// www.altai-krai.arbitr.ru](http://www.altai-krai.arbitr.ru), e-mail: [a03.info@arbitr.ru](mailto:a03.info@arbitr.ru)

Именем Российской Федерации  
Р Е Ш Е Н И Е

г. Барнаул  
26 ноября 2013 года

Дело №А03-6121/2013

Резолютивная часть решения суда оглашена 25 ноября 2013 года  
В полном объеме решение суда изготовлено 26 ноября 2013 года

Арбитражный суд Алтайского края в составе судьи Ильичевой Л.Ю., при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Дементьевой Ю.А., рассмотрев в судебном заседании дело по заявлению общества с ограниченной ответственностью «Кровельный центр Плюс» к Управлению Федеральной антимонопольной службе по Республике Алтай о признании недействительным решения от 01.03.2013 и постановления от 05.04.2013 № 2р о привлечении к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

при участии в заседании представителей сторон:

- от заявителя – Гохберг Р.Д., удостоверение адвоката от 23.08.10 года № 114, доверенность,
- от заинтересованного лица – Гридилев В.А., доверенность от 24.12.2012 № 4,

У С Т А Н О В И Л:

Общество с ограниченной ответственностью «Кровельный центр Плюс» (далее – общество, ООО «Кровельный центр Плюс») обратилось в арбитражный суд с заявлениями к Управлению Федеральной антимонопольной службе по Республике Алтай (далее – Управление ФАС) о признании недействительным решения от 01.03.2013 и постановления от 05.04.2013 № 2р о привлечении к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

В судебном заседании представитель заявителя в порядке статьи 49 АПК РФ уточнил предмет заявленных требований и просил признать недействительным и незаконным решение комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе под председательством заместителя начальника территориального отдела надзорной деятельности Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай Гуткович А.Е. от 01.03.2013 года о признании рекламы ненадлежащей и признании незаконным постановления от 05.04.2013 № 2р о привлечении к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Уточнение заявленных требований принято судом.

Заявленные требования обоснованы тем, что, оспариваемое решение Управления ФАС, является незаконным, поскольку в действиях общества отсутствуют признаки нарушения законодательства о рекламе. Кроме того, по мнению общества, постановление о привлечении к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, также является незаконным и подлежащим отмене, в связи с тем, что в деянии общества отсутствует состав административного правонарушения.

Управление ФАС в отзыве на заявление указало, что требования заявителя не подлежат удовлетворению, оспариваемые акты полностью соответствуют законодательству, основания для их отмены отсутствуют.

В судебном заседании представитель заявителя на требования настаивал. Представитель Управления ФАС против удовлетворения требований возражал. По мнению Управления ФАС, содержание рекламы является оскорбительным по отношению к национальности и языку человека и гражданина.

Выслушав представителей лиц, участвующих в деле, исследовав материалы дела, суд приходит к следующему.

Из материалов дела следует, что Управлением ФАС в рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, на основании части 1 статьи 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе, Закон № 38-ФЗ), 21.08.2012 года был выявлен факт распространения в радиозфире радиоканала «Молодежный канал» 102,8 FM информации следующего содержания: «Черепица, сайдинг, профлист. В кровельном центре по низким ценам ты легко можешь купить черепицу, сайдинг, профлист по адресу: с. Майма, ул. Алтайская, 2, тел. 21-0-21».

27.08.2012 года Управлением ФАС было возбуждено производство по делу по признакам нарушения ООО «Кровельный центр Плюс» законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решением Управления ФАС России от 01.03.2013 указанная реклама ООО «Кровельный центр Плюс», была признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования частей 6 статьи 5 Закона о рекламе.

27.03.2013 года по данному факту в отношении ООО «Кровельный центр Плюс» также составлен протокол об административном правонарушении № 2-р по признакам нарушения, ответственность за совершение которого предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

После чего 05.04.2013 года Управлением ФАС в отношении ООО «Кровельный центр Плюс» вынесено постановление № 2-р о назначении административного наказания за нарушение законодательства о рекламе, в соответствии с которым ООО «Кровельный центр Плюс» привлечено к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ в виде административного штрафа в размере 100 000 руб.

Заявитель, полагая, что оспариваемые решение и постановление по делу об административном правонарушении, были вынесены с нарушением законодательства и нарушают их права и законные интересы, обратился в арбитражный суд с настоящим заявлением.

Суд считает, что заявленные требования подлежат удовлетворению по следующим основаниям.

В силу статьи 198 АПК РФ граждане, организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, 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.

Из смысла указанной нормы следует, что ненормативный правовой акт может быть признан недействительным при наличии одновременно двух условий: если он не соответствует закону или иному правовому акту и нарушает права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Правоотношения в сфере распространения рекламы регулируются Законом о рекламе, целями которого 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.

В соответствии со статьей 3 Закона № 38-ФЗ под рекламой понимается 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.

Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение.

Как следует из части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Ненадлежащей рекламой согласно подпункту 4 статьи 3 Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 6 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Оспариваемым решением Управления ФАС от 01.03.2013 года ООО «Кровельный центр Плюс» вменяется нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе, выразившееся в распространении в радиоэфире радиоканала неэтичной рекламы.

Из материалов дела следует, что ООО «Кровельный центр Плюс» в радиоэфире радиоканала «Молодежный канал» 102,8 FM была распространена информация следующего содержания: «Черепица, сайдинг, профлист. В кровельном центре по низким ценам ты легко можешь купить черепицу, сайдинг, профлист по адресу: с. Майма, ул. Алтайская, 2, тел. 21-0-21».

Для воспроизведения в радиоэфире информационного содержания рекламы ООО «Кровельный центр Плюс», использовано два мужских голоса. Начало текста пытается произнести человек, плохо владеющий русским языком: - «Ще ре п-пи са, с-сайдинг, про фа лист», при этом другой человек, свободно владеющий русским языком, прерывает его и требует повторить текст рекламы ещё раз, делая акценты на правильность произношения слов - «че-ре-пи-ца, сай-динг, проф-лист». Однако повторная попытка также не приносит желаемого результата. Тогда человек, свободно владеющий русским языком сначала произносит: - «Ээх», а потом сам с выражением произносит - «В кровельном центре по низким ценам ты легко можешь купить черепицу, сайдинг, профлист по адресу: с. Майма, ул. Алтайская, 2, тел. 21-0-21».

Вопрос восприятия спорной рекламы и наличия признаков нарушения законодательства о рекламе Управление ФАС вынесло на обсуждение Экспертного совета по рекламе при Томском УФАС России, результаты которого в последствие были оформлены протоколом от 14.12.2012 года и положены в основу принятия Управлением ФАС решения о признании рекламы ненадлежащей и привлечения общества к административной ответственности.

При этом перед членами совета поставлены следующие вопросы:

1) выражено ли в представленном на исследование рекламном ролике коммуникативные намерения оскорбления по национальному или языковому признаку?

2) имеются ли в представленном на исследование рекламном ролике бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения, в том числе относительно национальности, языка человека и гражданина?

3) способна ли интонация, выбранная для воспроизведения части информационного содержания рекламы: «еще раз», «че-ре-пи-ца, сай-динг, проф-лист», «ээх» сформировать у потребителей рекламы впечатление о превосходстве лица, произносящего данные слова, в умении правильно произносить слова на русском языке, над лицом, произносящим часть информационного содержания рекламы: «Щереппица, ссайдинг, профалист»?

4) носит ли использованная для воспроизведения рекламы интонация (манера) оскорбительный характер по отношению к национальности, языку человека и гражданина?

Суд отмечает, что согласно протоколу от 14.12.2012 года (т. 1, л.д. 119) члены указанного Экспертного совета по рекламе при Томском УФАС России ни на один из поставленных вопросов не проголосовали единогласно. Так, по первому вопросу проголосовали «Да» - 10 человек, «Нет» - 8 человек; по второму вопросу проголосовали «Да» - 4 человека, «Нет» - 14 человек; по третьему вопросу проголосовали «Да» - 10 человек, «Нет» - 8 человек; по четвертому вопросу проголосовали «Да» - 6 человек, «Нет» - 13 человек.

При таких обстоятельствах суд приходит к выводу о том, что из содержания указанного протокола Экспертного совета нельзя однозначно утверждать, что в спорной рекламе использован непристойный и оскорбительный образ, поскольку содержание рекламы может неоднозначно восприниматься не только потребителями, но и специалистами. Кроме того, Экспертный совет при ответе на поставленные перед ним вопросы не указывает на то, какие объективные факты свидетельствуют о проявлении намерения оскорбления по национальному или языковому признаку, также как и не приводит обоснований сделанных выводов при ответе на поставленные вопросы.

Иных доказательств подтверждающих неэтичность рекламы Управлением ФАС в материалы дела не представлено.

В свою очередь обществом при рассмотрении антимонопольного дела, в опровержение выводов антимонопольного органа о неэтичности рекламы, был представлен акт экспертного исследования Автономной некоммерческой организации «Лингвистический экспертноконсультационный центр» от 21.09.2012 года № 48/12-пл (т. 1 л.д. 84).

Указанный акт экспертного исследования содержит выводы экспертов о том, что в исследуемом аудиоролике, рекламирующем товары ООО «Кровельный центр Плюс», признаков использования и формирования негативного образа лица на основании национального или языкового признака не имеется. Также аудиоролик содержит популярный иронический образ рабочего Равшана, заимствованный из юмористического сериала «Наша Russia». Данный образ не является негативным и прямо не соотносится с лицом какой-либо конкретной национальности, владеющей конкретным языком. Коммуникативное намерение оскорбления по национальному или языковому признаку в рекламном аудиоролике не выражено. Выражено коммуникативное намерение автора

привлечь внимание к рекламируемому объекту, используя функционирующие в сознании массового потребителя образы героев сериала «Наша Russia». Восприятие рекламы исследуется при помощи ряда методов и исследование закономерной реакции слушающих рекламный ролик должно проводиться на репрезентативной выборке, (т.е с применением метода определения параметров выборочной совокупности, устанавливающим обоснованность переноса результатов, полученных при анализе выборочной совокупности, на генеральную совокупность).

Кроме того, в ходе рассмотрения настоящего дела судом по ходатайству заявителя были назначены психологическая и лингвистическая экспертизы, проведение которых поручено обществу с ограниченной ответственностью «Региональный центр экспертиз «ЭкспертКом».

Выводы, содержащиеся в экспертном заключении от 28.09.2013 года № 60-13-09-01 также как и в акте экспертного исследования от 21.09.2012 года № 48/12-пл не свидетельствуют о том, что используемый для воспроизведения в радиозэфире спорной рекламы образ человека, хорошо владеющего русским языком, является неуважительным, непристойным по отношению к образу человека в рекламе, плохо владеющего русским языком.

Согласно ч. 1 ст. 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации арбитражный суд оценивает доказательства по своему внутреннему убеждению, основанному на всестороннем, полном, объективном и непосредственном исследовании имеющихся в деле доказательств.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе потребителями рекламы являются лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

Как следует из содержания спорной рекламы, объектом рекламирования являются строительные материалы. При этом основной коммуникативной целью аудиоролика, распространенного в радиозэфире Радиоканала «Молодежный канал» 102,8 FM и рекламирующего товары ООО «Кровельный Центр Плюс», является побуждение слушателей к приобретению товаров рекламируемой фирмы, реализованная приемами привлечения внимания слушателей через использование прецедентной комической ситуации (на примере молодежного юмористического сериала Наша Russia) и повторения важной информации.

При этом коммуникативное намерение оскорбления по национальному или языковому признаку в тексте аудиоролика не усматривается.

Таким образом, суд приходит к выводу, что Управлением ФАС не представлено убедительных доказательств того, что спорная реклама является ненадлежащей и противоречит требованиям части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 2 статьи 201 АПК РФ арбитражный суд, установив, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение и действия (бездействие) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, принимает решение о признании ненормативного правового акта недействительным, решений и действий (бездействия) незаконными.

С учетом изложенного, суд приходит к выводу о незаконности оспариваемого решения и о нарушении в данном случае прав и законных интересов заявителя в сфере предпринимательской деятельности.

Рассматривая вопрос о законности привлечения ООО «Кровельный Центр Плюс» к административной ответственности, суд приходит к следующему.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем

законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса.

Поскольку основанием для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ООО «Кровельный Центр Плюс» послужило решение Управления ФАС от 01.03.2013, выводы которого о нарушении обществом части 6 статьи 5 Закона о рекламе признаны судом необоснованными по указанным выше основаниям, постановление о наложении штрафа по делу об административном правонарушении от 05.04.2013 № 2р подлежит признанию незаконным и отмене.

При данных обстоятельствах основания для вынесения в отношении ООО «Кровельный центр Плюс» оспариваемого решения, а также привлечения общества к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях у антимонопольного органа отсутствовали.

На основании статьи 110 Арбитражного процессуального кодекса РФ, с заинтересованного лица подлежат взысканию судебные расходы заявителя в размере 2000 руб. по уплате государственной пошлины, связанные с рассмотрением настоящего дела.

Руководствуясь ст. ст. 167-170, 197-201, 210,211 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, арбитражный суд,

#### Р Е Ш И Л:

Заявление общества с ограниченной ответственностью «Кровельный центр Плюс» удовлетворить в полном объеме.

Решение Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай от 01.03.2013 года и постановление от 05.04.2013 № 2р о привлечении общества с ограниченной ответственностью «Кровельный центр Плюс» к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях признать незаконными и отменить в полном объеме.

Взыскать с Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай в пользу общества с ограниченной ответственностью «Кровельный центр Плюс» 2000 руб. расходов по уплате государственной пошлины.

Решение может быть обжаловано через Арбитражный суд Алтайского края в апелляционную инстанцию – Седьмой арбитражный апелляционный суд в течение месяца со дня принятия решения.

Судья

Л.Ю. Ильичева