



ВОСЕМНАДЦАТЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД

П О С Т А Н О В Л Е Н И Е

№ 18АП-7781/2014

г. Челябинск

13 августа 2014 года

Дело № А76-9500/2014

Резолютивная часть постановления объявлена 07 августа 2014 года.
Постановление изготовлено в полном объеме 13 августа 2014 года.

Восемнадцатый арбитражный апелляционный суд в составе:
председательствующего судьи Малышевой И.А.,
судей Арямова А.А., Ивановой Н.А.,
при ведении протокола судебного заседания секретарём судебного
заседания Тихоновой Ю.В.,

рассмотрел в открытом судебном заседании апелляционную жалобу
общества с ограниченной ответственностью «ТриумФФ» на решение
Арбитражного суда Челябинской области от 11.06.2014 по делу № А76-
9500/2014 (судья Васильева Т.Н.).

Общество с ограниченной ответственностью «ТриумФФ» (далее –
заявитель, общество, ООО «ТриумФФ») обратилось в Арбитражный суд
Челябинской области с заявлением к Управлению Федеральной
антимонопольной службы по Челябинской области (далее – заинтересованное
лицо, антимонопольный орган, УФАС по Челябинской области, Челябинское
УФАС России) о признании незаконным и отмене постановления от 24.03.2014
о привлечении ООО «ТриумФФ» к административной ответственности по ч.1
ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных
правонарушениях (далее – КоАП РФ) в виде штрафа в размере 100 000 руб.

Решением Арбитражного суда Челябинской области от 11.06.2014
(резолютивная часть объявлена 05.06.2014) в удовлетворении заявленного
требования отказано. Судебный акт мотивирован доказанностью события и
состава вменённого обществу правонарушения, подтверждённого материалами
дела, обоснованно квалифицированного по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ,
отсутствием существенных нарушений установленного законом порядка
привлечения к административной ответственности.

Не согласившись с принятым судебным актом, общество обратилось в
апелляционный суд с апелляционной жалобой, в которой просит отменить
решение и принять по делу новый судебный акт. Полагает, что суд не только не
согласился с доводами заявителя, но и не дал им никакой оценки. Более того,
по мнению заявителя, судебное решение не содержит выводов о том, в чём

заключается противоправность действий ООО «ТриумФФ». Решение не содержит и выводов о том, что именно в рекламе, характер которой является предметом спора, содержится непристойного, оскорбительного и противоречащего нормам морали и нравственности.

Лица, участвующие в деле, о времени и месте рассмотрения апелляционной жалобы извещены надлежащим образом, в том числе публично, путём размещения информации о времени и месте рассмотрения апелляционной жалобы на Интернет - сайте, в судебное заседание представители лиц, участвующих в деле, не явились.

В соответствии со статьями 123, 156, 210 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации апелляционная жалоба рассмотрена судом апелляционной инстанции в отсутствие представителей участвующих в деле лиц, надлежащим образом извещённых о месте и времени её рассмотрения.

Законность и обоснованность судебного акта проверены в порядке, предусмотренном главой 34 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, оснований для отмены или изменения обжалуемого решения не установлено.

Как следует из материалов дела и установлено судом первой инстанции, в УФАС по Челябинской области из Челябинской Городской Думы для рассмотрения по подведомственности поступило коллективное обращение жителей города Челябинска о распространении в г.Челябинске наружной рекламы СПА-салонов, которая противоречит морально-нравственным устоям общества и наносит непоправимый вред нравственному воспитанию несовершеннолетних. Аналогичное заявление было направлено Челябинской Городской Думой в прокуратуру г.Челябинска.

В качестве фактов распространения такой рекламы в заявлении указана, в числе прочего, реклама мужского СПА-салона «Казанова», размещённая с использованием рекламных конструкций в г.Челябинске на пересечении пр.Ленина и ул.Энгельса и на ул.Энгельса, д.63.

Специалистами Челябинского УФАС России был проведён осмотр рекламных конструкций, в ходе которого было установлено, что:

-на рекламной конструкции, установленной на пересечении пр.Ленина и ул.Энгельса, содержатся сведения «Relax Spa салон пр.Победы 314а 247-64-34 Сладкое лето ...КАЗАНОВА мужской СПА-салон ул.Энгельса, 26а, 264-63-27» и изображение лежащей девушки, в надписи «сладкое лето» вместо букв «о» нарисована клубника;

-на рекламной конструкции, установленной на ул.Энгельса, д.63, присутствуют сведения: «Вам налево (указана стрелка). Казанова мужской SPA салон 264-63-27 г.Челябинск, ул.Энгельса, 26а Hot summer» и изображение девушки в купальнике с демонстрацией обнаженного живота.

Результаты осмотра оформлены актами осмотра б/н от 09.09.2013, в ходе осмотра велась фотосъёмка, фотоматериалы представлены в дело (л.д. 33-35, 44-49).

Челябинским УФАС России был проведён в сети Интернет поиск организации, осуществляющей деятельность в СПА-салоне «Казанова», по

результатам которого установлено, что деятельность в указанном СПА-салоне осуществляет ООО «ТриумФФ».

УФАС по Челябинской области в отношении ООО «ТриумФФ» были возбуждены дела № 98-2013 и №97-2013 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

По результатам рассмотрения данных дел, УФАС по Челябинской области вынесены решения № 14514/08 от 19.11.2013 и №14898/08 от 26.11.2013, которыми реклама СПА-салона «Казанова», размещённая с использованием рекламной конструкции, установленной в г.Челябинске на ул.Энгельса, д.63, в которой присутствуют слова «Вам налево» и изображение полуобнажённой девушки, а также реклама СПА-салона «Казанова», размещённая с использованием рекламной конструкции, установленной в г.Челябинске на пересечении пр.Ленина и ул.Энгельса, в которой использован образ лежащей девушки в совокупности с изображением клубники и словами «Сладкое лето» признаны ненадлежащими, обществу выданы соответствующие предписания (л.д. 56-63)

Материалы дела № 9-2014 переданы должностному лицу УФАС по Челябинской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Уведомлением № 342/08 от 15.01.2014 общество извещено о необходимости явки его представителя 15.02.2014 в 14 час. 30 мин. в УФАС по Челябинской области для составления протокола об административном правонарушении по части 1 статье 14.3 КоАП РФ (л.д. 43).

По факту нарушения обществом законодательства Российской Федерации о рекламе 25.02.2014 должностным лицом УФАС по Челябинской области в отношении общества составлен протокол 9-2014 об административном правонарушении по признакам нарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ (л.д. 50,51).

Указанный протокол составлен в отсутствие законного (уполномоченного) представителя общества, с соблюдением требований о его надлежащем уведомлении о времени и месте совершения данного процессуального действия.

Определением от 25.02.2014 рассмотрение дела об административном правонарушении № 9-2014 назначено на 24.03.2014 в 11 час. 00 мин. (л.д. 52). Названное определение направлено обществу посредством почтовой связи и вручено адресату 05.03.2014, что подтверждается почтовым уведомлением о вручении данной корреспонденции адресату (л.д. 51-оборотная сторона).

24.03.2014 должностным лицом УФАС по Челябинской области, вынесено постановление о привлечении общества к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ в виде штрафа в размере 100 000 руб. (л.д. 42-44).

ООО «ТриумФФ», полагая привлечение к административной ответственности незаконным, обратилось в арбитражный суд.

Отказывая в удовлетворении заявленных требований, суд первой инстанции пришёл к выводу о наличии оснований для привлечения к

административной ответственности, соблюдении установленного законом порядка и срока давности привлечения к административной ответственности.

Выводы суда первой инстанции являются верными, соответствуют обстоятельствам дела и нормам действующего законодательства. Оснований для их переоценки не имеется.

Частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрено, что нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ, влечёт наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Правоотношения в сфере распространения рекламы регулируются Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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 с частью 1 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе: 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.

Согласно положениям статьи 3 Закона о рекламе под рекламой следует понимать информацию, распространённую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределённому кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. (пункт 1); 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); товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3); ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4); рекламодаделец -изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5).

Общим требованием к рекламе является добросовестность и достоверность рекламы. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ).

В действующем Законе о рекламе понятие неэтичной рекламы не установлено.

Вместе с тем, частью 6 статьи 5 Закона о рекламе установлен запрет, в том числе, на использование непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений. Реклама, нарушающая данные требования, является неэтичной.

Согласно информации, содержащейся в Толковом словаре русского языка под редакцией С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой понятие «непристойный» определяется как «неприличный, бесстыдный»; «неприличный - противоречащий правилам приличия»; «приличие - правило поведения, вежливость, благопристойность».

Спорная реклама мужского СПА-салона «Казанова», размещённая с использованием рекламной конструкции, установленной в г.Челябинске на ул.Энгельса, д.63, - полуобнажённая девушка в купальнике (зрительный образ), и словесные элементы «Вам налево» (словесный образ) правомерно признана антимонопольным органом и судом первой инстанции нарушающей такие нормы этики, как благопристойность, нравственность и целомудрие, поскольку внимание потребителей данной рекламой привлекается не к объекту рекламирования (услуги СПА - салона), а к изображению полуобнажённых частей женского тела, которое в сочетании с надписью «Вам налево» (с учётом, собственно, названия салона «Казанова») создаёт искажённое восприятие потребителем услуг мужского СПА - салона как интим-услуг, что позиционирует поведение, противоречащее общепринятым нормам морали и нравственности.

Вторая спорная реклама мужского СПА - салона «Казанова», размещённая с использованием рекламной конструкции, установленной в г.Челябинске на пересечении пр.Ленина и ул.Энгельса, также является ненадлежащей, неэтичной, противоречит общепринятым нормам морали и нравственности, поскольку образ лежащей девушки в совокупности с изображением клубники и словами «Сладкое лето» и названием салона не привлекает внимание неопределённого круга лиц к услугам СПА - салона (по крайней мере, в их традиционном понимании потребителем), а создаёт впечатление об интимном характере оказываемых салоном услуг, что противоречит нормам морали и нравственности.

Такая реклама носит непристойный характер.

Более того, вся спорная реклама не может быть признана достоверной, поскольку в деле нет доказательств того, что заявитель в своих салонах «Казанова» оказывает какие-то особые услуги интимного характера, которые позиционируются им при помощи красочных рекламных растяжек, а не обычные СПА - услуги.

Исходя из изложенного, суд первой инстанции пришёл к верному выводу о наличии в действиях общества состава административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушений.

Вина общества в совершении правонарушения установлена и материалами дела подтверждена с позиции ч. 2 ст. 2.1 КоАП РФ.

Существенных нарушений порядка и срока давности привлечения к административной ответственности не выявлено.

Суд первой инстанции правомерно пришёл к выводу о том, что совершённое обществом правонарушение по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях не может быть квалифицировано как малозначительное.

При таких обстоятельствах, апелляционная жалоба удовлетворению не подлежит.

С учётом изложенного, суд первой инстанции пришёл к верному выводу об отсутствии оснований для признания оспоренного постановления незаконным и его отмены.

Нарушений норм процессуального права, являющихся основанием для отмены судебного акта на основании ч.4 ст.270 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, не установлено.

Учитывая указанные обстоятельства, обжалуемый судебный акт подлежит оставлению без изменения, апелляционная жалоба – без удовлетворения.

Вопрос о распределении судебных расходов судом апелляционной инстанции не рассматривается, поскольку в силу ч. 4 ст. 208 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации данная категория дел государственной пошлиной не облагается.

Руководствуясь статьями 176, 268, 269, 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, арбитражный суд апелляционной инстанции

П О С Т А Н О В И Л :

решение Арбитражного суда Челябинской области от 11.06.2014 по делу № А76-9500/2014 оставить без изменения, апелляционную жалобу общества с ограниченной ответственностью «ТриумФФ» - без удовлетворения.

Постановление может быть обжаловано в порядке кассационного производства только по основаниям, предусмотренным ч. 4 ст. 188 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в Арбитражный суд Уральского округа в течение двух месяцев со дня его принятия (изготовления в полном объёме) через арбитражный суд первой инстанции.

Председательствующий судья

И.А. Малышева

Судьи:

А.А. Арямов

Н.А. Иванова