



ЧЕТЫРНАДЦАТЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД

ул. Батюшкова, д.12, г. Вологда, 160001

<http://14aas.arbitr.ru>

ПО С Т А Н О В Л Е Н И Е

04 декабря 2012 года

г. Вологда

Дело № А44-4141/2012

Четырнадцатый арбитражный апелляционный суд в составе председательствующего Мурахиной Н.В., судей Осокиной Н.Н. и Чельцовой Н.С.

при ведении протокола секретарем судебного заседания Якуненковой Е.Г.,

при участии от заявителя Томко М.Д. по доверенности от 29.10.2012, от ответчика Курикова И.А. по доверенности от 11.01.2012,

рассмотрев в открытом судебном заседании с использованием системы видео-конференц-связи при содействии Арбитражного суда Новгородской области апелляционную жалобу индивидуального предпринимателя Платонова Юрия Вадимовича на решение Арбитражного суда Новгородской области от 14 августа 2012 года по делу № А44-4141/2012 (судья Куропова Л.А.),

у с т а н о в и л :

индивидуальный предприниматель Платонов Юрий Вадимович (ОГРНИП 311532106200034) обратился в Арбитражный суд Новгородской области с заявлением к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – управление, УФАС) о признании незаконным решения от 04.04.2012 по делу № 53 от 23.12.2011 о признании ненадлежащей рекламы.

Решением Арбитражного суда Новгородской области от 14.08.2012 по делу № А44-4141/2012 в удовлетворении заявленных требований отказано.

Предприниматель с судебным актом не согласился и обратился с апелляционной жалобой, в которой просит решение суда отменить. В обоснование жалобы указывает, что им у общества с ограниченной ответственностью «Арсенал» (далее – ООО «Арсенал») были приобретены конструкции, установленные на опорах под знаками дорожного движения. Размещение установки знаков маршрутного ориентирования было согласовано с Отделом ГИБДД УМВД г. Великого Новгорода. Содержащаяся на них информация не является рекламой, в связи с этим суд первой инстанции неправомерно отказал в удовлетворении заявленного требования.

Управление в отзыве на жалобу предпринимателя просит решение оставить без изменения, считая его законным и обоснованным.

Заслушав представителей лиц, участвующих в деле, исследовав доказательства по делу, проверив законность и обоснованность решения суда, изучив доводы жалобы, суд апелляционной инстанции не находит оснований для ее удовлетворения.

Как следует из материалов дела, по заявлению Кириллова А.Н. о нарушении Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон № 38-ФЗ, Закон о рекламе) при распространении на территории г. Великий Новгород рекламы, размещенной на знаках дорожного движения, их опорах и иных приспособлениях, предназначенных для регулирования дорожного движения, УФАС проведена проверка, в ходе которой управлением выявлены объекты наружной рекламы, распространение которой не отвечает требованиям Закона о рекламе.

Управлением установлено, что в нарушение части 3 статьи 19 Закона о рекламе предприниматель как рекламораспространитель на основе заключенных договоров разместил на территории Великого Новгорода информационные модули, совмещенные со знаками маршрутного ориентирования, содержащие информацию заказчика о его наименовании, месте расположения и (или) направлении движения к нему или к какому-либо объекту заказчика, а также в отдельных случаях и об оказываемых услугах.

Решением УФАС от 04.04.2012 соответствующая информация, рекламораспространителями которой являлись ООО «Арсенал» и общество с ограниченной ответственностью «Рекламный двор» (далее – ООО «Рекламный двор») (в настоящее время таковыми являются предприниматели Платонов Ю.В. и Лишанская Е.П. соответственно), признана ненадлежащей рекламой в связи с нарушением части 3 статьи 19 Закона о рекламе.

Не согласившись с указанным решением управления, Платонов Ю.В. обратился в арбитражный суд с заявлением о признании его недействительным.

Суд первой инстанции правомерно отказал в удовлетворении заявленного требования.

Согласно части 1 статьи 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее - 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) 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.

Из содержания данной нормы закона следует, что основанием для

признания ненормативного правового акта недействительным является одновременное наличие двух условий: несоответствия обжалуемого акта закону или иному нормативному правовому акту и нарушения прав и законных интересов заявителя.

В силу части 1 статьи 65 и части 5 статьи 200 АПК РФ обязанность доказывания соответствия оспариваемого акта закону или иному нормативному правовому акту, законности принятого решения, а также обстоятельств, послуживших основанием для принятия оспариваемых актов, решений, совершения действий (бездействия), возлагается на соответствующие орган или должностное лицо, которые приняли такие акты и решения.

Исходя из статьи 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. Объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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.

Согласно пункту 7 статьи 3 данного Закона рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В связи с этим суд обоснованно констатировал статус предпринимателя Платонова Ю.В. как рекламораспространителя.

Ненадлежащей считается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4 статьи 3 Закона № 38-ФЗ). Общие требования к рекламе закреплены в статье 5 этого Закона, а специальные - в иных статьях Закона. В статье 19 Закона № 38-ФЗ определен как порядок установки рекламных конструкций, так и предусмотрены требования к наружной рекламе.

Распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается (часть 3 статьи 19 Закона).

Указанное ограничение преследует цель обеспечения безопасности дорожного движения, так как размещение на знаке дорожного движения или его опоре рекламной информации может затруднять восприятие и понимание значения знака, ухудшать видимость знака, тем самым создавая угрозу безопасности дорожного движения.

Согласно Правилам дорожного движения, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 23.10.1993 № 1090, к дорожным знакам отнесены информационные знаки, в том числе

индивидуального проектирования 6.9.1, 6.9.2, 6.10.1 - 6.12 (раздел 6 приложения 1 Правил).

Таким образом, размещение рекламы на опорах знаков дорожного движения нарушает требования Закона № 38-ФЗ.

В данном случае реклама размещена на опорах знаков дорожного движения в нарушение требований Закона о рекламе. В связи с этим несостоятельны доводы предпринимателя относительно требований государственных стандартов (ГОСТ Р 52289-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств», ГОСТ Р 52290-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Знаки дорожные. Общие технические требования»).

Предприниматель в апелляционной жалобе ссылается на то, что в соответствии с договором купли-продажи от 28.10.2011 он приобрел информационно-указательные знаки у ООО «Арсенал». Информация, размещенная на конструкциях, не является рекламой. Помимо того, ссылается на то, что сотрудниками Отдела ГИБДД УМВД Великого Новгорода согласовывались места установки дорожных знаков маршрутного ориентирования с возможностью размещения под ними информации об объектах притяжения участников дорожного движения в соответствии с положениями пункта 5.7.22 ГОСТ Р 52289-2004.

С данными доводами апелляционная коллегия не может согласиться в связи со следующим.

Как видно из материалов дела, 28.10.2011 ООО «Арсенал» и предпринимателем Платоновым Ю.В. заключен договор купли-продажи информационно-указательных знаков, в соответствии с которым право собственности на дорожные знаки в количестве 54 штук, расположенные на территории Великого Новгорода (ул. Б.Московская, ул. Б. Санкт-Петербургская, ул. Нехинская, ул. Псковская, ул. Мерецкова-Волосова, ул. Газон, ул. Розважа, ул. Чудинцева, ул. Германа, ул. Стратилатовская, Федоровский ручей, ул. Белова, ул. Октябрьская, ул. Великая, ул. Корсунова, ул. Державина, ул. Московская, ул. Людогоща, Колмовская набережная, пр. Мира, пл. Строителей) перешло к предпринимателю.

В ноябре 2011 года юридические лица и индивидуальные предпринимателя, ранее заключившие договоры с ООО «Арсенал», заключили аналогичные договоры с предпринимателем Платоновым.

В пункте 12 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» отражено, что, решая вопрос о том, является ли рекламой информация только о наименовании организации, ее местонахождении, указании направления проезда к организации, размещенная на знаках маршрутного ориентирования или совмещенная с этими знаками, а соответствующие знаки - рекламными конструкциями, суды должны учитывать следующее.

В силу пункта 11 Положения о Государственной инспекции безопасности

дорожного движения МВД России, утвержденного Указом Президента Российской Федерации от 15.06.1998 № 711, ГИБДД осуществляет государственный контроль и надзор за соблюдением нормативных актов в области обеспечения безопасности дорожного движения, которые регламентируют, в частности, установку и эксплуатацию технических средств организации дорожного движения.

Согласно пункту 12 названного Положения ГИБДД предписывает или разрешает соответствующим организациям установку и снятие технических средств организации дорожного движения.

Проектирование, изготовление, монтаж и эксплуатация информационных знаков осуществляются на основании требований ГОСТа Р 52290-2004.

Поэтому, если установка знака маршрутного ориентирования либо размещение на таком знаке указанной в абзаце первом настоящего пункта информации согласованы в установленном порядке с ГИБДД и информация, размещенная на этих знаках, отвечает требованиям соответствующих ГОСТов, данная информация в силу пункта 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе не является рекламой, в связи с чем к ней не применяются положения статьи 14.38 КоАП РФ.

Информация, размещенная без соблюдения упомянутых требований, подлежит оценке на предмет выявления наличия в ней признаков рекламы.

Применительно к рассматриваемому делу следует отметить, что помимо наименования организации, ее местонахождения, указания направления проезда к организации на информационных знаках, расположенных на опорах напротив дома 6 по ул. Б.Санкт-Петербургская (№ 7), пересечении ул. Розважа и ул. Великая (№ 15), у дома № 9 по ул. Розважа (№ 16), у дома № 64 по ул. Б.Санкт-Петербургская (№ 20), у дома № 45 по ул. Б.Московская (№ 24), пересечении улиц Мерецкова-Волосова и Чудинцева (№ 30), пересечении улиц Псковская и Белова (№ 33), содержится также и иная информация, которая направлена на формирование интереса к конкретным юридическим лицам, оказывающим (выполняющим) те или иные виды работ (услуг), способствует их продвижению на рынке, в связи с этим она является рекламой в понимании Закона № 38-ФЗ.

Ссылка на наличие письма от 24.02.2012 № 18/г-208, которым Отделом ГИБДД УМВД Великого Новгорода согласовал ООО «Арсенал» 37 мест установки знаков маршрутного ориентирования, также является несостоятельной.

Из договора, заключенного ООО «Арсенал» и предпринимателем Платоновым Ю.В., следует, что последнему перешло право собственности на 54 дорожных знака, расположенных в г. Великий Новгород.

Кроме того, согласно статье 19 Закона о рекламе рекламная конструкция и ее территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического регламента. Установка рекламной конструкции допускается при наличии разрешения на ее установку, выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5-7 данной статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца

рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществить установку рекламной конструкции.

Пунктами 1, 2 статьи 30 Федерального закона от 10.12.1995 № 196-ФЗ «О безопасности дорожного движения» (далее – Закон № 196-ФЗ), пунктами 1, 2 Положения о Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации, утвержденного Указом Президента Российской Федерации от 15.06.1998 № 711, предусмотрено, что контроль, в том числе за соблюдением стандартов, в области безопасности дорожного движения осуществляют органы Государственной инспекции безопасности дорожного движения.

Оценка влияния наружной рекламы на безопасность дорожного движения является исключительной компетенцией органов ГИБДД.

Закон о рекламе и Закон № 196-ФЗ не предусматривают возможность переоформления разрешения при переходе права собственности на рекламную конструкцию, следовательно, при изменении собственника такой конструкции необходимо соблюдение предусмотренного действующим законодательством порядка получения разрешения в полном объеме, что предпринимателем не выполнено.

Следует также отметить, что предпринимателем не обосновано, каким образом нарушаются его права и законные интересы решением УФАС от 04.04.2012 в части, касающейся выводов о нарушении Закона о рекламе предпринимателем Лишанской Еленой Павловной и ООО «Рекламный двор».

С учетом изложенного у суда первой инстанции не имелось оснований для признания недействительным решения УФАС от 04.04.2012.

Предпринимателем в апелляционной жалобе не приведены доводы, опровергающие решение суда.

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

п о с т а н о в и л :

решение Арбитражного суда Новгородской области от 14 августа 2012 года по делу № А44-4141/2012 оставить без изменения, апелляционную жалобу предпринимателя Платонова Юрия Вадимовича – без удовлетворения.

Председательствующий

Н.В. Мурахина

Судьи

Н.Н. Осокина

Н.С. Чельцова

