



**АРБИТРАЖНЫЙ СУД НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**  
Большая Московская улица, дом 73, Великий Новгород, 173020  
<http://novgorod.arbitr.ru>

**Именем Российской Федерации**

## **Р Е Ш Е Н И Е**

Великий Новгород

Дело № А44-7361/2012

17 декабря 2012 года

Арбитражный суд Новгородской области в составе:

судьи Лариной И.Г.,

рассмотрев в порядке упрощенного производства дело по заявлению:

ООО "Арсенал" (ИНН 5321064446, ОГРН 1025300793770)

к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (ИНН 5321047553, ОГРН 1025300795552)

о признании незаконным постановления от 05.10.2012г.

у с т а н о в и л :

Общество с ограниченной ответственностью "Арсенал " (далее - общество) обратилось в арбитражный суд с заявлением о признании незаконным и отмене постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее - управление) от 05.10.2012 года по делу №14 об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.38 КоАП РФ.

Указанным постановлением обществу назначено административное наказание в виде штрафа 100000 рублей.

Определение суда о принятии заявления к производству и рассмотрению дела в порядке упрощенного производства от 22.10.2012 года, размещенное на официальном сайте арбитражного суда Новгородской области 23.10.2012, получено обществом и управлением 25.10.2012 года.

В установленный судом срок, а именно до 12.11.2012 года, от управления поступил отзыв на заявление и материалы дела №14 (размещены на сайте 14.11.2012 года).

В установленный судом срок – до 04.12.2012 года, дополнительных документов от лиц, участвующих в деле, в арбитражный суд не поступило.

В силу части 5 статьи 228 АПК РФ дело рассматривается в порядке упрощенного производства без вызова сторон.

Оценив представленные доказательства, суд установил следующее.

Как следует из материалов дела, управлением в связи с заявлением физического лица 23.12.2011 года возбуждено дело №53 по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении ООО «Арсенал».

22.03.2012 года комиссией управления по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе принято решение, которым распространявшаяся обществом на расположенных на территории Великого Новгорода дорожных знаках и /или опорах реклама признана ненадлежащей.

Вступившим в законную силу решением арбитражного суда по делу №А44-4141/2012 от 14.08.2012 года и постановлением апелляционной инстанции по этому делу от 04.12.2012 года решение признано соответствующим закону.

07.09.2012 года уполномоченным должностным лицом управления в присутствии представителя общества по доверенности (защитника) составлен протокол №14 об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.38 КоАП РФ.

05.10.2012 года руководителем управления вынесено постановление по делу №14, которым общество привлечено к административной ответственности, предусмотренной частью 1 статьи 14.38 КоАП РФ в виде штрафа 100000 рублей.

Частью 1 статьи 14.38 КоАП РФ предусмотрено, что размещение рекламы, имеющей сходство с дорожными знаками, или размещение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до двухсот тысяч рублей.

В соответствии с основными понятиями, данными в статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 года N 38-ФЗ "О рекламе" (далее – Закон о рекламе), 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. Рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, а рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Ненадлежащей в силу статьи 3 Закона о рекламе считается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Общие требования к рекламе закреплены в статье 5 названного Закона. Запреты распространения рекламы определенным способом содержатся в специальных нормах того же Закона, например, в части 3 статьи 19, не допускающей размещение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения.

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 N 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).

Из материалов дела следует, что ОГИБДД УМВД Великого Новгорода согласовал обществу 37 мест установки на территории Великого Новгорода дорожных знаков маршрутного ориентирования индивидуального проектирования с возможностью размещения информации об объектах притяжения участников дорожного движения.

В оспариваемом постановлении указаны пятнадцать случаев распространения на дорожных знаках (их опорах) рекламной информации.

На момент выявления оспариваемых нарушений (до 28.10.2011 года) общество было распространителем указанной рекламы.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе указанный Закон не распространяется на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Из пункта 12 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 №58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" следует, что не является

рекламой информация только о наименовании организации, ее местонахождении, указании направления проезда к организации, размещенная на знаках маршрутного ориентирования или совмещенная с этими знаками, если установка знака маршрутного ориентирования либо размещение на таком знаке указанной информации согласовано в установленном порядке с ГИБДД и информация, размещенная на этих знаках, отвечает требованиям соответствующих ГОСТов.

Довод общества о том, что указанная информация не является рекламной, а носит информационный характер, противоречит материалам дела.

Кроме сведений о наименовании организаций, её местонахождении и направлении проезда к ней в информациях, размещенных обществом на дорожных знаках, содержатся и иные сведения о коммерческих юридических лицах и индивидуальных предпринимателях: названия торговых предприятий, номера телефонов, факсов, адреса сайтов в сети «Интернет», режим работы, указание на реализуемые товары, работы, услуги. Например, на дорожном знаке, находящемся на улице Большой Санкт-Петербургской содержится следующая рекламная информация: «ГАЗ на АВТО. Шиномонтаж. Автономные отопители. Кондиционеры. Установка. Ремонт. Заправка. Ул. Германа 29. Фирма «ТЕРМИНАЛ». Тел.:77-12-51. Автостекла. Установка. Продажа. Легковые грузовые микроавтобусы»; на дорожном знаке у железнодорожного переезда на улице Нехинской – «Туристическая фирма СТИФ, бул. Воскресенский (К.Маркса), д.10,к.1, [www.stif.novcitu.ru](http://www.stif.novcitu.ru)».

Ссылка общества на согласование ОГИБДД УМВД Великого Новгорода несостоятельна, поскольку ОГИБДД согласованы только место расположения, внешний вид и цветовая гамма дорожных знаков индивидуального проектирования, но не содержание информации на этих знаках.

В соответствии с пунктом 4.1 ГОСТ Р 52290-2004 "Национальный стандарт Российской Федерации. Технические средства организации дорожного движения. Знаки дорожные. Общие технические требования" (утвержден Приказом Ростехрегулирования от 15.12.2004 N 121-ст) в качестве объектов, указываемых на информационных дорожных знаках могут быть: населенные пункты, административные образования (районы, округа и т.п.), ландшафтно-географические объекты (реки, озера, горы и т.п.), элементы дорожной сети (другие дороги, площади, путепроводы, мосты и т.п.), придорожные объекты (вокзалы, грузовые причалы, производственные и торговые предприятия), объекты сервиса (мотели, кемпинги, гостиницы, станции технического обслуживания и т.п.), объекты туризма и спорта (музеи, исторические памятники, памятники архитектуры, дворцы спорта, стадионы, бассейны, ипподромы, гребные каналы, автомобильно-спортивные трассы и т.п.).

В соответствии с пунктом 5.7.22 "ГОСТ Р 52289-2004. Национальный стандарт Российской Федерации. Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств" допускается размещение информации об объектах притяжения участников дорожного движения (адрес, телефон, вид деятельности, направление движения, расстояние до объекта, прочая информация, в т.ч. графическая).

Размещенная обществом информация не связана с организацией дорожного движения, не направлена на объекты притяжения участников дорожного движения, и её содержание превышает объёмы, допустимые ГОСТами. Она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к конкретным коммерческим юридическим лицам на формирование интереса к их деятельности, на продвижение на рынке предлагаемых ими товаров, работ, услуг, поэтому обоснованно расценена управлением как реклама.

Следовательно, в действиях общества имеется событие административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.38 КоАП РФ.

Аргумент общества о том, что управлением не проанализировано содержание всех

размещенных информации в отдельности, необоснован, поскольку все случаи нарушений в оспариваемом постановлении приведены. Кроме того, отсутствие признаков рекламы в какой-либо из приведенных информации не влияет на квалификацию правонарушения по части 1 статьи 14.38 КоАП РФ, поскольку она не зависит от количества выявленных нарушений Закона о рекламе.

В соответствии с частью 2 статьи 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.

Каких либо объективных обстоятельств, препятствующих обществу в соблюдении требований Закона о рекламе, судом не установлено.

Таким обществом, наличие в действиях общества состава административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.38 КоАП РФ, управлением доказано.

Нарушений порядка привлечения к административной ответственности, влекущих отмену оспариваемого постановления, управлением не допущено.

Срок давности привлечения к административной ответственности, установленный статьей 4.5 КоАП РФ на момент вынесения управлением постановления не истек.

Штраф назначен обществу в минимальном размере с учетом смягчающего обстоятельства (добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение).

Оснований для применения статьи 2.9 КоАП РФ (малозначительность правонарушения) судом не установлено.

Руководствуясь статьями 167-170, 211, 229 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, арбитражный суд

Р Е Ш И Л:

В удовлетворении требования общества с ограниченной ответственностью «Арсенал» о признании незаконным и отмене постановления от 05.10.2012 года по делу №14 о привлечении к административной ответственности по части 1 статьи 14.38 КоАП РФ в виде штрафа 100000 рублей, вынесенного Управлением Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области, отказать.

Решение может быть обжаловано в Четырнадцатый арбитражный апелляционный суд (г. Вологда) через Арбитражный суд Новгородской области в течение 10 дней со дня его принятия.

Судья

И.Г.Ларина

