



АРБИТРАЖНЫЙ СУД ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

664025, г. Иркутск, бульвар Гагарина, д. 70, тел. (3952)24-12-96; факс (3952) 24-15-99
дополнительное здание суда: ул. Дзержинского, д. 36А, тел. (3952) 261-709; факс: (3952) 261-761
E-mail: info@irkutsk.arbitr.ru; <http://www.irkutsk.arbitr.ru>

Именем Российской Федерации

Р Е Ш Е Н И Е

г. Иркутск
23.01.2014г.

Дело №А19-17139/2013

Резолютивная часть решения объявлена 22.01.2014.

Полный текст решения изготовлен 23.01.2014.

Арбитражный суд Иркутской области в составе судьи Мусихиной Т.Ю.,
при ведении протокола судебного заседания помощником судьи Михеевой А.Ф.,
рассмотрев в судебном заседании дело по заявлению

Общества с ограниченной ответственностью «Агат» (ОГРН 1087017027316, место нахождения: г. Томск, ул. Алтайская, 87-9),

к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области (ОГРН 1033801033155, ИНН 3811020966, место нахождения: 664025, г. Иркутск, ул. Российская, 17)

о признании незаконными решения №683 от 26.08.2013 г. и предписания № 197 от 26.08.2013 г.

третьи лица: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский Дом ИФ - Медиа» (ИНН 3811122044, место нахождения: 664075, г. Иркутск, ул. Байкальская, д. 234, корп. 5), Ковальский Сергей Васильевич,

при участии в судебном заседании представителей:

от заявителя: Пименов Д.Ю. (паспорт, доверенность),

от ответчика: Хансивирова Е.Н. (удостоверение, доверенность),

от третьего лица Общества с ограниченной ответственностью «Издательский Дом ИФ - Медиа»: Ермолаева В.Н. (паспорт, доверенность),

третье лицо Ковальский Сергей Васильевич: не явился,

УСТАНОВИЛ:

Общество с ограниченной ответственностью «Агат» (далее – заявитель, Общество, ООО «Агат») обратилось в Арбитражный суд Иркутской области с заявлением к Управлению

Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области (далее – Управление, антимонопольный орган) о признании незаконными решения №683 от 26.08.2013 г. и предписания № 197 от 26.08.2013 г.

В судебном заседании представитель Общества заявленные требования поддержал по основаниям, изложенным в заявлении.

Представитель антимонопольного органа заявленные требования не признал по основаниям, изложенным в отзыве и дополнении к нему.

Представитель третьего лица Общества с ограниченной ответственностью «Издательский Дом ИФ - Медиа» поддержал позицию ответчика, в последующем поддержал позицию заявителя, поскольку Общество с ограниченной ответственностью «Издательский Дом ИФ - Медиа» является рекламодателем.

Третье лицо Ковальский Сергей Васильевич, извещенный о времени и месте судебного разбирательства надлежащим образом в порядке, установленном статьями 121-123 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в судебное заседание не явился, представителя не направил, о возможности рассмотрения дела его в отсутствие не известил.

В судебном заседании в соответствии со статьей 163 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации объявлялся перерыв до 10 час. 45 мин. 22.01.2013.

Дело рассмотрено в порядке, предусмотренном главой 24 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Судом установлены следующие обстоятельства дела.

Общество с ограниченной ответственностью «Агат» зарегистрировано в качестве юридического лица, ОГРН – 1087017027316.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области поступило заявление гражданина Ковальского С.В. о распространении в журнале «Выбирай соблазны большого города. Иркутск» в выпусках за период 01-15 декабря 2012 года и 15-31 января 2013 года реклам стриптиз-клуба «Зажигалка» и ресторана «Тянь Шань». По мнению заявителя, реклама стриптиз - клуба «Зажигалка» имеет сексуальный и эротический подтекст. В рекламе изображена девушка почти раздетая, с фривольными намеками. Журнал не является эротическим изданием, находится в свободном доступе в общественных местах, включая учебные заведения. Просит принять меры, рассмотреть данную рекламу на Экспертном совете как неэтичную рекламу.

По результатам рассмотрения дела № 996 от 15.07.2013 о нарушении законодательства о рекламе антимонопольным органом 26.08.2013 принято решение №683, согласно которому рекламы сети мужских клубов «Зажигалка», распространенные в журнале «Выбирай

соблазны большого города. Иркутск» №22 (165) 1-15 декабря 2012 на стр. 4, № 01 (167) 15-31 января 2013 года на стр. 6, рекламы стриптиз-бара «Зажигалка», признаны ненадлежащими, как несоответствующие требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ, в связи с наличием непристойных и оскорбительных образа полуобнаженной женщины и выражения «ОТДЫХ БЕЗ ЦЕНЗУРЫ В ТВОЕМ ГОРОДЕ!».

Антимонопольным органом 15.10.2013 Обществу с ограниченной ответственностью «Агат» выдано предписание №197 от 26.08.2013 о прекращении в 10-дневный срок со дня получения настоящего предписания нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон №38-ФЗ), а именно: прекратить распространение рекламы сети мужских клубов «Зажигалка» в журнале «Выбирай соблазны большого города. Иркутск» с использованием образа полуобнаженной женщины и выражения «ОТДЫХ БЕЗ ЦЕНЗУРЫ В ТВОЕМ ГОРОДЕ».

Заявитель, полагая, что решение антимонопольного органа №683 от 26.08.2013 г. и предписание №197 от 26.08.2013 г. не соответствуют требованиям закона, а также нарушают его права и законные интересы, ограничивают право на размещение рекламы и привлечение клиентов, обратился в арбитражный суд с настоящим заявлением.

В обоснование заявленного требования Общество сослалось на следующие обстоятельства.

Вывод антимонопольного органа не обоснован, принят в отрыве от всех совокупных элементов рекламы (текст, зрительный образ – изображение, тематический журнал и т.д.). Рекламное изображение, размещенное в журнале «Выбирай соблазны большого города. Иркутск» 01-15 декабря 2012 года, 15-31 января 2013 года, 15-31 марта 2013 года содержит сведения о рекламируемой услуге; внимание потребителей рекламы к услуге формируется как описанием ее свойств и качества (отдых без цензуры в твоём городе), а также крупным изображением сети мужских клубов «Зажигалка» и изображением девушки с прямой привязкой ее образа к объекту рекламирования (к сети мужских клубов). Рекламный материал ориентирован на узкий круг потенциальных покупателей, в основном на мужчин. Данная реклама концентрирует внимание потребителей рекламы сети мужских клубов «Зажигалка» не только на образе женщины, а на всей рекламе в целом. Для рекламы мужских клубов сложились определенные обычаи, и именно одним из таких обычаев является вид красивой девушки (женщины), при этом одним из факторов смысловой нагрузки: «отдых без цензуры в твоём городе» является факт того, что в мужском клубе нет запрета для мужского отдыха в установленном законом объеме (порядке). Целью спорной рекламы является формирование культа красоты и женственности. Вид деятельности, которую осуществляет ООО «Агат», не запрещен законом и, следовательно, реклама данного вида деятельности с изображением

женщины, которая прикрывает руками грудь, не противоречит части 6 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ.

Антимонопольный орган полагает оспариваемые решение и предписание законными и обоснованными, просит суд в удовлетворении заявленных требований отказать.

Исследовав доказательства по делу: заслушав объяснения представителей лиц, участвующих в деле, ознакомившись с письменными доказательствами, суд приходит к следующему.

В соответствии с частью 1 статьи 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации 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.

Согласно части 4 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации при рассмотрении дел об оспаривании ненормативных правовых актов, решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц арбитражный суд в судебном заседании осуществляет проверку оспариваемого акта или его отдельных положений, оспариваемых решений и действий (бездействия) и устанавливает их соответствие закону или иному нормативному правовому акту, устанавливает наличие полномочий у органа или лица, которые приняли оспариваемый акт, решение или совершили оспариваемые действия (бездействие), а также устанавливает, нарушают ли оспариваемый акт, решение и действия (бездействие) права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

В силу части 5 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации обязанность доказывания соответствия оспариваемого ненормативного правового акта закону или иному нормативному правовому акту, законности принятия оспариваемого решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), наличия у органа или лица надлежащих полномочий на принятие оспариваемого акта, решения, совершение оспариваемых действий (бездействия), а также обстоятельств, послуживших основанием для принятия оспариваемого акта, решения, совершения оспариваемых действий (бездействия),

возлагается на орган или лицо, которые приняли акт, решение или совершили действия (бездействие).

Из положений статьи 13 Гражданского кодекса Российской Федерации, части 1 статьи 198, части 2 статьи 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, пункта 6 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации, Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 01.07.1996г. №6/8 «О некоторых вопросах, связанных с применением части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» следует, что основанием для принятия решения суда о признании оспариваемого ненормативного акта недействительным, решения, действий (бездействия) незаконными являются одновременно как их несоответствие закону или иному правовому акту, так и нарушение указанным актом, решением, действиями (бездействием) прав и охраняемых законом интересов гражданина или юридического лица в сфере предпринимательской или иной экономической деятельности.

Таким образом, в круг обстоятельств, подлежащих установлению при рассмотрении дел об оспаривании ненормативных актов, решений, действий (бездействия) органов и должностных лиц, входят проверка соответствия оспариваемого акта, решения, действий (бездействия) закону или иному нормативному правовому акту и проверка факта нарушения оспариваемым актом, решением, действиями (бездействием) прав и законных интересов заявителя.

Целями Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» 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, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (статья 1).

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

Согласно части 6 статьи 5 Закона №38-ФЗ 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.

В статье 3 Закона №38-ФЗ даны определения основным понятиям, используемым в настоящем Федеральном законе, в частности: 1) реклама - 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; 2) 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; 3) ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; 4) рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; 5) рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; 6) рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств; 7) потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

22.03.2013г. в Иркутское УФАС России поступило обращение гр-на Ковальского С.В. (вх. № 2880) о распространении в журнале «Выбирай соблазны большого города. Иркутск» в выпусках за 01-15 декабря 2012г. и 15-31 января 2013г. реклам стриптиз клуба «Зажигалка» и ресторана «Тянь Шань».

В данном обращении указано, что реклама стриптиз-клуба «Зажигалка» имеет сексуальный и эротический подтекст. В рекламе изображена девушка почти раздетая с фривольными намеками. Журнал не является эротическим изданием. Он находится в свободном доступе в общественных местах, включая учебные заведения. Заявитель просит антимонопольный орган принять меры, а также рассмотреть данную рекламу на Экспертном совете как неэтичную. К заявлению приложены экземпляры журналов «Выбирай соблазны большого города. Иркутск».

Антимонопольным органом возбуждено дело №996 от 15.07.2013 по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона №38-ФЗ по факту распространения в журнале «Выбирай соблазны большого города. Иркутск» в выпусках за 01-15 декабря 2012г. и 15-31 января 2013г. реклам стриптиз клуба «Зажигалка» и ресторана «Тянь Шань».

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц ООО «Агат» зарегистрировано в качестве юридического лица 14.10.2008г. в городе Томске. Видами деятельности Общества являются, в том числе: деятельность баров; деятельность ресторанов и кафе; прочая зрелищно-развлекательная деятельность. Общество осуществляет деятельность также в городе Иркутске, в частности по адресу: ул. Красноармейская, 8, используя коммерческое наименование «Сеть мужских клубов «Зажигалка», «Стриптиз-бар Зажигалка». Общество имеет официальный сайт в сети Интернет - WWW.RUSSTRIPTEASE.COM.

В целях привлечения внимания к своей деятельности ООО «Агат» разместило в номерах журнала «Выбирай соблазны большого города. Иркутск» за 1-15 декабря 2012г. на стр. 4 и 15-31 января 2013г. на стр. 6 рекламы сети мужских клубов «Зажигалка». Данные рекламы содержат изображение полуобнаженного женского тела, сопровождающееся следующей текстовой информацией: «ОТДЫХ БЕЗ ЦЕНЗУРЫ В ТВОЕМ ГОРОДЕ! Сеть мужских клубов «Зажигалка». ЗВОНИ! 8 800 333 88 68 WWW.RUSSTRIPTEASE.COM УЛ. КРАСНОАРМЕЙСКАЯ, 8 ПРИГЛАШЕНИЕ используйте эту страничку как пригласительный билет, дающий право БЕСПЛАТНОГО ВХОДА В КЛУБ ДЛЯ ДВУХ ЧЕЛОВЕК Акция действительна (указан период времени) подробности по тел. 8 800 333 88 68 Вход для девушек только в присутствии мужчин».

В указанных рекламах содержится информация: о сети мужских клубов «Зажигалка», предлагающих «отдых без цензуры», с указанием номера контактного телефона (8 800 333 88 68), адреса сайта в сети Интернет (WWW.RUSSTRIPTEASE.COM), а также местонахождения одного из клубов (ул. КРАСНОАРМЕЙСКАЯ, 8); об акции данных клубов, проходящей в указанный в рекламе период времени, по условиям которой страница с данной рекламой является пригласительным билетом и дает право бесплатного входа в клуб двум людям её предъявившим; о запрете посещения данных клубов девушками без сопровождения мужчин.

Таким образом, в результате распространения данных реклам внимание их потребителей привлекается, в том числе: к сети мужских клубов «Зажигалка»; к возможности «отдыха без цензуры» в данном клубе.

При этом большую площадь реклам сети мужских клубов «Зажигалка» занимает изображение женщины (от бедер до шеи) в нижнем белье и кофте с полуобнаженной грудью.

Вместе с тем, изображение и открытая демонстрация обнаженного женского тела, нарушают традиционно сложившиеся в обществе нравственные нормы, так как в российском обществе не существует традиций демонстрации обнаженного тела, кроме того, такая демонстрация является неприличной и оскорбительной, поскольку противоречит

правилам приличия, нормам общественной морали и нравственности, умаляет достоинство женщины.

Совокупность всех элементов зрительного воздействия на потребителя рекламы: откровенная поза женщины, расположение в рекламе (изображение женского тела занимает почти всю площадь рекламы); степень обнаженности (на женщине надето нижнее белье, кофта собрана таким образом, что грудь женщины слегка прикрыта) свидетельствует о том, что используемое в рекламе изображение полуобнаженного женского тела является непристойным и оскорбительным.

Кроме того, в данных рекламах изображение обнаженной женщины сопровождается следующей текстовой информацией: «ОТДЫХ БЕЗ ЦЕНЗУРЫ В ТВОЕМ ГОРОДЕ!».

Таким образом, потребителями реклам формулировка: «ОТДЫХ БЕЗ ЦЕНЗУРЫ В ТВОЕМ ГОРОДЕ!» воспринимается как фраза, выражение, лозунг, призыв – ни в чем себе не отказывай, никто тебя не ограничивает.

При этом данное предложение такого отдыха сопровождается только одним изображением, которому отведена почти вся площадь рекламы – изображение полуобнаженной женщины.

При проведении расследования антимонопольным органом исследованы буквальные значения терминов и выражений.

В соответствии с Большим толковым словарем современного русского языка под ред. Д.Н. Ушакова «непристойность» — крайне предосудительный, совершенно недопустимый по неприличию, бесстыдству; «оскорбить» — крайне унижить, обидеть, причинить моральный ущерб, боль кому-либо.

В соответствии с Большим Энциклопедическим словарем (2000) цензура – (лат. «censura») – система государственного надзора за печатью и средствами массовой информации.

В Словаре иностранных слов (Комлев Н.Г., 2006) слово «цензура» разъяснено следующим образом: система государственного надзора за печатью и средствами массовой информации.

В соответствии с Толковым словарем иностранных слов Л. П. Крысина (М: Русский язык, 1998), слово «цензура» имеет следующие значения: 1. в Др. Риме: должность цензора; 2. система государственного надзора за печатью и средствами массовой информации, а также учреждение, осуществляющее такой надзор; 3. просмотр произведений, предназначенных к печати, к постановке в театре, к выпуску в радио- или телеэфир и т. п., или просмотр какой-либо корреспонденции, осуществляемый этим учреждением. Слово «цензурный» имеет следующие значения: 1) относящийся к цензуре; 2) пристойный, допустимый.

Следовательно, цензура предполагает наличие контроля, каких-либо ограничений и запретов, запретительных или ограничительных мер, по отношению к лицам, которые нарушили правила.

То есть выражение «без цензуры» означает отсутствие какого-либо контроля, надзора, запретов и ограничений.

Следовательно, рассматриваемые рекламы содержат адресованное потребителям реклам предложение отдохнуть «без цензуры», то есть без какого-либо контроля, каких-либо запретов и ограничений.

Словосочетания «сеть мужских клубов «Зажигалка» и «ОТДЫХ БЕЗ ЦЕНЗУРЫ В ТВОЕМ ГОРОДЕ!» определяют целевую аудиторию реклам и вид предоставляемых услуг: целевая аудитория - мужчины; услуги - «отдых без цензуры», то есть отдых без какого-либо контроля, каких-либо запретов и ограничений.

При этом содержащееся в данных рекламах и адресованное мужчинам предложение отдохнуть в сети мужских клубов «Зажигалка» «без цензуры», то есть отдохнуть без какого-либо контроля, каких-либо запретов и ограничений, сопровождается изображением полуобнаженного женского тела.

Суд соглашается с выводом антимонопольного органа, изложенным в решении от 26.08.2013 №683, о том, что изображение в рассматриваемых рекламах мужских клубов полуобнаженной женщины в сочетании с предложением «отдыха без цензуры», то есть отдыха в мужском клубе без контроля, запретов и ограничений, имеет непристойный смысл, оскорбляет чувства граждан, нарушает общепринятые нормы морали, гуманности, нравственности, низводит женщину до объекта реализации низменных инстинктов.

Использованные в рассматриваемых рекламах непристойные оскорбительные образ и выражения не соответствуют требованиям части 6 статьи 5 Закона №38-ФЗ.

В целях определения наличия либо отсутствия признаков нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» рассмотрение рекламы сети мужских клубов «Зажигалка» включено в повестку заседания Экспертного совета по рекламе при Иркутском УФАС России (далее - Экспертный совет).

Экспертный совет образован в целях рассмотрения вопросов, связанных с применением законодательства Российской Федерации о рекламе, а также выработки предложений по его совершенствованию. Он является консультативно-совещательным органом при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области.

В состав Экспертного совета при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области входят: Кулиш Александр Владимирович – председатель экспертного совета, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по

Иркутской области; Пур Сергей Григорьевич – заместитель председателя экспертного совета, начальник отдела контроля рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области; Рыбак Марина Владимировна – секретарь экспертного совета по рекламе, пресс-секретарь Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области; Евладов Алексей Сергеевич – начальник отдела наружной рекламы КУМИ г. Иркутска; Горчакова Елена Юрьевна – аспирант кафедры рекламы и PR ИГЛУ; Татарина Лариса Викторовна – заведующая кафедрой прикладной лингвистики факультета социальных наук ИГЛУ, доцент, кандидат филологических наук; Гундоров Андрей Алексеевич – член правления союза журналистов Иркутской области, сопредседатель НКО «Восточно-Сибирский фонд развития кинематографии»; Железняк Ольга Евгеньевна – заведующая кафедрой дизайна Института изобразительных искусств и социальных наук НИ ИрГТУ, кандидат искусствоведения, профессор; Шолохов Андрей Викторович – доцент кафедры дизайна Института изобразительных искусств и социальных наук НИ ИрГТУ, кандидат искусствоведения, председатель регионального отделения союза дизайнеров РФ; Есипов Владислав Витальевич – заведующий кафедрой искусствоведения Института изобразительных искусств и социальных наук НИ ИрГТУ, доктор исторических наук, профессор; Кичатинова Ольга Владимировна – преподаватель Международного института экономики и лингвистики ИГУ, доцент, кандидат филологических наук; священник Павел Телегин – иерей Иркутской Епархии Русской Православной Церкви; Урумбаев Олег Анатольевич – Муфтий Иркутской соборной мечети.

Рекламный продукт - рекламы сети мужских клубов «Зажигалка» рассмотрен Экспертным советом.

По вопросу о том, содержат ли указанные в рекламе сети мужских клубов «Зажигалка» с использованием образов полуобнаженной и обнаженной девушек, а также фразы «Отдых без ЦЕНЗУРЫ в твоём городе», непристойные и оскорбительные образы, а также побуждение к совершению противоправных действий, члены Экспертного совета проголосовали следующим образом: «Да, содержит» - 12 экспертов, «Нет, не содержит» - 1 эксперт.

По итогам обсуждения данного вопроса Экспертный совет решил: признать наличие в рассматриваемых рекламах признаков нарушения требований Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, позиция Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области о несоответствии рассматриваемых реклам сети мужских клубов «Зажигалка» требованиям части 6 статьи 5 Закона №38-ФЗ подтверждена членами Экспертного Совета, а также заявителем Ковальским С.В.

Довод заявителя о незаконности принятого антимонопольным органом решения со ссылкой на заключение искусствоведческой экспертизы, проведенной экспертом АНО Иркутской экспертное бюро Разгуляевым А.С., окончившим Иркутское художественное училище по специальности «Художественное оформление», по результатам которой в материалы дела представлено заключение №105/13 от 05.11.2013, судом рассмотрен и признан несостоятельным в связи со следующим.

В представленном заявителем экспертном заключении содержатся следующие выводы: в рекламе сети мужских клубов «Зажигалка», распространенной ООО «Агат» в журналах «Выбирай. Иркутск», в номерах данного издания: от 01-15 декабря 2012 года, от 15-31 января 2013 года, от 15-31 марта 2013 года, не содержатся непристойные и оскорбительные образы, сравнения или выражения; изображение девушек сети мужских клубов «Зажигалка», распространенной ООО «Агат» в журналах «Выбирай. Иркутск», в номерах данного издания: от 01-15 декабря 2012 года, от 15-31 января 2013 года, от 15-31 марта 2013 года, с учетом всех элементов зрительного воздействия непристойным (то есть крайне предосудительным и недопустимым ввиду неприличия) с точки зрения потребителей, не является.

Оценка в качестве доказательства заключения, выданного экспертом единолично, не может быть произведена судом без учета заключения, выданного Экспертной комиссией при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области.

При оценке экспертных заключений, представленных в материалы дела как заявителем, так и ответчиком, судом учтены количественный и квалификационный составы каждой экспертной комиссии.

Экспертное заключение, выданное экспертом АНО Иркутское экспертное бюро Разгуляевым А.С., выполнено единолично.

Экспертное заключение, на которое ссылается ответчик в оспариваемом решении, выполнено членами Экспертного Совета в составе 13 экспертов.

Эксперт АНО Иркутское экспертное бюро Разгуляев А.С. подтвердил свою квалификацию дипломом Иркутского художественного училища по специальности «Художественное оформление».

В Экспертную комиссию при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области кроме специалистов антимонопольного органа вошли представители органов исполнительной власти Иркутской области, саморегулируемых организаций и профессиональные участники рекламного рынка, эксперты и специалисты в отдельных областях знаний, в том числе в области лингвистики.

С учетом изложенного у суда отсутствуют основания подвергать сомнению экспертное заключение, выполненное членами Экспертного Совета при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. №38-ФЗ ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 данного Федерального закона несет рекламодатель.

Из представленных в материалы дела доказательств следует, что рекламодателем данной рекламы является ООО «Агат».

Данное обстоятельство подтверждается следующими документами: заключенными договорами от 19.12.2011 и от 06.12.2012 на размещение рекламы между ООО «Издательский Дом ИФ-Медиа» (Рекламист) и ООО «Агат» (Рекламодатель); бланками-заявками от 08.11.2012г. и от 20.12.2013г.; выставленными ООО «Агат» счетами № 1790 и № 1759 для оплаты услуг по размещению рекламы; подписанными актами № 1685 и № 5 об оказании услуг по размещению рекламы.

Следовательно, решение Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области от 26.08.2013 №683 правомерно вынесено в отношении ООО «Агат».

При изложенных обстоятельствах суд полагает правильным вывод, изложенный Управлением Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области в решении от 26.08.2013 №683, о признании ненадлежащими реклам сети мужских клубов «Зажигалка», распространенных в журнале «Выбирай соблазны большого города. Иркутск» №22 (165) 1-15 декабря 2012 на стр. 4, № 01 (167) 15-31 января 2013 года на стр. 6, реклам стриптиз-бара «Зажигалка», как несоответствующих требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ в связи с наличием непристойных и оскорбительных образа полуобнаженной женщины и выражения «ОТДЫХ БЕЗ ЦЕНЗУРЫ В ТВОЕМ ГОРОДЕ!».

На основании принятого антимонопольным органом решения от 26.08.2013 №683 Обществу с ограниченной ответственностью «Агат» правомерно выдано предписание №197 от 26.08.2013 о прекращении в 10-дневный срок со дня получения настоящего предписания нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», а именно: прекратить распространение рекламы сети мужских клубов «Зажигалка» в журнале «Выбирай соблазны большого города. Иркутск» с использованием образа полуобнаженной женщины и выражения «ОТДЫХ БЕЗ ЦЕНЗУРЫ В ТВОЕМ ГОРОДЕ».

Оценив с учетом положений статьи 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации относимость, допустимость, достоверность каждого доказательства в отдельности, а также достаточность и взаимную связь доказательств в их совокупности, суд приходит к выводу о том, что решение №683 от 26.08.2013 и предписание №1897 от 26.08.2013г., вынесенные Управлением Федеральной антимонопольной службы России по

Иркутской области, являются законными, обоснованными и не нарушают права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

В соответствии с частью 3 статьи 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в случае, если арбитражный суд установит, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решения и действия (бездействие) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и не нарушают права и законные интересы заявителя, суд принимает решение об отказе в удовлетворении заявленного требования.

При таких обстоятельствах в удовлетворении требований заявителя следует отказать.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьями 167-170, 176, 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации,

РЕШИЛ:

В удовлетворении заявленных требований отказать.

Решение может быть обжаловано в Четвертый арбитражный апелляционный суд в течение месяца со дня его принятия.

Судья:

Т.Ю.Мусихина