



**АРБИТРАЖНЫЙ СУД  
ПОВОЛЖСКОГО ОКРУГА**

420066, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Красносельская, д. 20, тел. (843) 291-04-15  
<http://faspo.arbitr.ru> e-mail: [info@faspo.arbitr.ru](mailto:info@faspo.arbitr.ru)

---

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**  
**арбитражного суда кассационной инстанции**  
**Ф06-60064/2020**

**г. Казань**

**Дело № А65-25532/2019**

**08 июня 2020 года**

Резолютивная часть постановления объявлена 05 июня 2020 года.

Полный текст постановления изготовлен 08 июня 2020 года.

Арбитражный суд Поволжского округа в составе:

председательствующего судьи Ольховикова А.Н.,

судей Хакимова И.А., Хабибуллина Л.Ф.,

при участии представителей:

заявителя – Давлетшиной Л.Р. (доверенность от 01.07.2019 № 12-502-2019)

ответчика – Яруллина Р.Э. (доверенность от 02.04.2020 № АШ-02/4309),

рассмотрев в открытом судебном заседании кассационную жалобу общества с ограниченной ответственностью «Корстон-Казань»

на решение Арбитражного суда Республики Татарстан от 30.10.2019 и постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 22.01.2020

по делу № А65-25532/2019

по заявлению общества с ограниченной ответственностью «Корстон-Казань» (ОГРН 1021602856186, ИНН 1655059173, г. Казань) о признании

незаконным и отмене решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (ОГРН 1021602866405, ИНН 1653003714, г. Казань) от 13.08.2019 по делу № 016/05/5- 1061/2019,

**УСТАНОВИЛ:**

общество с ограниченной ответственностью «Корстон-Казань» (далее – ООО «Корстон-Казань», общество) обратилось в Арбитражный суд Республики Татарстан с требованием о признании незаконным и отмене решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Татарстанское УФАС России, антимонопольный орган) от 13.08.2019 по делу № 016/05/5-1061/2019.

Решением Арбитражного суда Республики Татарстан от 30.10.2019 по делу № А65-25532/2019, оставленным без изменения постановлением Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 22.01.2020, в удовлетворении заявленных требований отказано.

В кассационной жалобе ООО «Корстон-Казань» просит отменить принятые по делу судебные акты, ссылаясь на нарушение судами норм материального и процессуального права, несоответствие выводов судов обстоятельствам дела и имеющимся в деле доказательствам.

В соответствии со статьей 163 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее – АПК РФ) в судебном заседании объявлялся перерыв со 02.06.2020 до 11 часов 00 минут 05.06.2020.

Изучив материалы дела, обсудив доводы жалобы, кассационная инстанция не находит оснований для отмены обжалуемых судебных актов.

Как следует из материалов дела, Татарстанским УФАС России в отношении ООО «Корстон-Казань» вынесено решение от 13.08.2019 по делу № 016/05/5-1061/2019 о нарушении Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В соответствии с указанным решением Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по РТ по рассмотрению дел о

нарушении законодательства о рекламе (далее - Комиссия) признала рекламу ООО «Корстон-Казань» с текстом «Подпишись на кофе за 33 рубля 1 чашка в сутки ВЗБОДРИСЬ» ненадлежащей, нарушающей требования частей 6,7 статьи 5 Закона о рекламе.

В связи с прекращением распространения указанной рекламы предписание не выдано.

Не согласившись с решением антимонопольного органа, общество оспорило его в судебном порядке.

При вынесении решения и постановления об отказе в удовлетворении заявленных требований суды первой и апелляционной инстанций руководствовались следующим.

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 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.

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

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.

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.

На основании части 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель),

цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

Как установлено судами, Татарстанским УФАС России выявлен факт распространения в лифтах в здании ООО «Корстон-Казань» по ул. Николая Ершова, д. 1А информации с текстом: «Подпишись на кофе за 33 рубля 1 чашка в сутки ВЗБОДРИСЬ». Экспертным советом при Татарстанском УФАС России дана оценка данной рекламы, что нашло отражение в оспариваемом решении ответчика от 13.08.2019 по делу № 016/05/5- 1061/2019).

В данной рекламе указывается на возможность потребителям приобрести чашку кофе за 33 рубля. Однако фактически, для приобретения чашки кофе за указанную сумму необходимо приобрести абонемент на кофе на месяц стоимостью 999 рублей. На сайте [www.korston.com](http://www.korston.com) указана информация о стоимости абонемента, при приобретении которого стоимость одной чашки кофе будет составлять 33 рубля. Стоимость абонемента в спорной рекламе не указана.

Таким образом, информация о необходимости наличия абонемента для приобретения чашки кофе за 33 рубля размещена на сайте в сети интернет, что свидетельствует о недоведении до потребителей всей информации о цене товара. Поскольку распространение рекламы проводилось в здании ООО «Корстон-Казань» по ул. Николая Ершова, д. 1А, потребители воспринимали информацию в соответствии с указанной ценой в рекламе кофе, т.е. 33 рубля за чашку кофе.

Суды учитывали изложенное и признали правильными выводы антимонопольного органа о том, что в спорной рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре.

Также при принятии оспариваемого решения Татарстанское УФАС России учитывало оценку спорной рекламы, произведенное Экспертным советом при территориальных органах ФАС России по применению Закона о рекламе, по результатам которой установлено использование непристойных образов, сравнений, выражений.

Суды приняли во внимание, что создание Экспертного совета при территориальных органах ФАС России предусмотрено письмом ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Закона о рекламе», к полномочиям такого совета относится оценка этичности рекламы с учетом восприятия информации, которое характерно для жителей конкретного субъекта Российской Федерации. Таким образом, право оценки рекламы с точки зрения содержания в ней непристойных образов и выражений отнесено к компетенции антимонопольного органа.

Суды учитывали изложенное и согласились с выводами антимонопольного органа, сделанными на основании мнения экспертного совета по применению законодательства о рекламе, о наличии в спорной рекламе непристойных образов.

Принимая во внимание указанное выше и тот факт, что заявитель является рекламодателем спорной рекламы, суды правомерно квалифицировали данную рекламу в качестве ненадлежащей, и поддержали выводы управления о наличии оснований для признания действий общества нарушающими требования части 6, 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Переоценка выводов судов первой и апелляционной инстанции в силу статьи 286 и части 2 статьи 287 АПК РФ не допускается при рассмотрении спора в суде кассационной инстанции.

Выводы судов соответствуют содержанию имеющихся в деле доказательств, при оценке которых положения статей 65, 71 АПК РФ судами не нарушены.

Доводы кассатора о необходимости проведения экспертизы не принимаются судебной коллегией во внимание.

При решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных и (или) оскорбительных, специальных знаний не требуется, в связи с чем неназначение судом соответствующей экспертизы само по себе не является основанием для отмены судебного акта (Пункт 16 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»)

Иные доводы кассационной жалобы, сводящиеся фактически к повторению утверждений, исследованных и правомерно отклоненных судами первой и апелляционной инстанций, не могут служить основанием для отмены или изменения судебных актов, поскольку не свидетельствуют о нарушении судами норм материального и процессуального права.

Нарушений норм процессуального права, являющихся в силу части 4 статьи 288 АПК РФ основанием для отмены обжалуемых судебных актов, судом кассационной инстанции не выявлено.

На основании вышеизложенного, судебная коллегия кассационной инстанции не находит оснований для отмены обжалуемых судебных актов и удовлетворения кассационной жалобы.

Руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 287, статьями 286, 289 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Арбитражный суд Поволжского округа

**ПОСТАНОВИЛ:**

решение Арбитражного суда Республики Татарстан от 30.10.2019 и постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 22.01.2020 по делу № А65-25532/2019 оставить без изменения, кассационную жалобу – без удовлетворения.

Постановление вступает в законную силу со дня его принятия.

Председательствующий судья

А.Н. Ольховиков

Судьи

И.А. Хакимов

Л.Ф. Хабибуллин