

апелляция  
Российская Федерация  
Арбитражный суд Томской области

Решение от 09 ноября 2012 года

По делу № [A67-1509/2012](#)

Описание: herb

СЕДЬМОЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД

634050, г. Томск, ул. Набережная реки Ушайки 24.

Постановление

г. Томск Дело № А67-1509/2012

15 ноября 2012 года.

Полный текст постановления изготовлен 15 ноября 2012 года.

Резолютивная часть постановления объявлена 09 ноября 2012 года.

Седьмой арбитражный апелляционный суд в составе:

Председательствующего: Кайгородовой М. Ю.

Судей: Марченко Н.В.

Павлюк Т.В.

при ведении протокола судебного заседания помощником судьи Деминой К.А.

при участии:

от истца: представителя Молозиной Т.В., по доверенности №2 от 10.02.2012 года;

от ответчика: Кротова Е.Г., от ООО «Пресса» - Кротов Е.Г.

от иных лиц - не явились (извещены),

рассмотрев в судебном заседании апелляционную жалобу Общества с ограниченной ответственностью "Группа компаний Зонд-реклама" на Решение Арбитражного суда Томской области от 23 августа 2012 года по делу № А67-1509/2012 (судья Князев Д.В.)

по иску Общества с ограниченной ответственностью "Группа компаний Зонд-реклама" ИНН 7017118035 ОГРН 1057000153209 к Обществу с ограниченной

ответственностью "Пресса" ИНН 7017275045 ОГРН 1107017021869 и Кротову Евгению Геннадьевичу о защите деловой репутации и взыскании 1 000 000 рублей в возмещение вреда,

к участию в деле в качестве третьих лиц, не заявляющих самостоятельных требований относительно предмета спора привлечены: Общество с ограниченной ответственностью "ФОРМАТ СИТИ" (место нахождения: 634021, г.Томск, пр. Фрунзе, 115); Администрация города Томска (место нахождения: 634050, г.Томск пр.Ленина 73).

Общество с ограниченной ответственностью "Группа компаний Зонд-реклама" ООО "Группа компаний Зонд-реклама" обратилось в Арбитражный суд Томской области с иском (в измененной редакции – л.д.58-62 том 1) к Обществу с ограниченной ответственностью "Пресса" и Кротову Евгению Геннадьевичу с требованиями:

1.) Признать не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию истца сведения, распространенные на странице 5 газеты "Томская НЕДЕЛЯ" № 42 (1006) от 28.10.11г. в статье "На улицах начали наводить порядок" о выдаче разрешений городской администрацией на установку рекламных носителей вопреки действующему законодательству, о получении "Зонд-рекламой" и сыном Паршуто денежных средств за распространение социальной рекламы;

2.) Обязать ООО "Пресса" опровергнуть не соответствующие действительности и порочащие деловую репутацию истца сведения, путем опубликования в течение 10 дней со дня вступления решения по данному делу в законную силу, за свой счет, на 1 и 5 странице газеты "Томская НЕДЕЛЯ" текста опровержения (приложение к исковому заявлению) шрифтом того же размера, каким была набрана статья от 28.10.11г. под заголовком, шрифтом заголовка опровергаемой статьи, следующего содержания: "Опровержение сведений, опубликованных в газете "Томская НЕДЕЛЯ" от 28.10.11г. № 42 (1006);

3.) Обязать Кротова Евгения Геннадьевича опровергнуть не соответствующие действительности и порочащие деловую репутацию истца сведения, путем опубликования в течение 10 дней со дня вступления решения по данному делу в законную силу, за свой счет, на 1 и 5 странице газеты "Томская НЕДЕЛЯ" текста опровержения (приложение к исковому заявлению) шрифтом того же размера, каким была набрана статья от 28.10.11г. под заголовком, шрифтом заголовка опровергаемой статьи, следующего содержания: "Опровержение сведений, опубликованных в газете "Томская НЕДЕЛЯ" от 28.10.11г. № 42 (1006);

4.) Взыскать с ООО "Пресса" в пользу ООО "Группа компаний Зонд-реклама" 500 000 (пятьсот тысяч) рублей в качестве возмещения вреда деловой репутации;

5.) Взыскать с Кротова Евгения Геннадьевича в пользу ООО "Группа компаний Зонд-реклама" 500 000 (пятьсот тысяч) рублей в качестве возмещения вреда деловой репутации.

В обоснование исковых требований истец указал, что в областной независимой газете «Томская НЕДЕЛЯ», учредителем которой является ООО «Независимая пресса», а издателем и редакцией ООО «Пресса» были распространены сведения, не соответствующие действительности и порочащие деловую репутацию ООО «Группа компаний «Зонд-реклама».

Определением суда от 17.04.2012 к участию в деле в качестве третьих лиц, не заявляющих самостоятельных требований относительно предмета спора привлечены Общество с ограниченной ответственностью "ФОРМАТ СИТИ" (место нахождения: 634021, г.Томск, пр. Фрунзе, 115); Администрация города Томска (место нахождения: 634050, г.Томск пр.Ленина 73).

Решением Арбитражного суда Томской области от 23 августа 2012 года по делу № А67-1509/2012 в удовлетворении исковых требований отказано.

Не согласившись с данным судебным актом, ООО Группа компаний Зонд-реклама" подало апелляционную жалобу, в которой просит Решение суда первой инстанции отменить и принять по делу новый судебный акт.

В обоснование жалобы указано, что суд первой инстанции неполно оценил представленное в материалы дела экспертное заключение. По мнению апеллянта, выражение «около половины рынка наружной рекламы занимает фирма «Зонд-реклама» порочит деловую репутацию истца.

Также податель жалобы не согласен с выводами суда первой инстанции о том, что автор статьи и ответчик по делу Кротов Е.Г., используя словосочетание «фирма «Зонд-реклам» имел в виду холдинг, в который, по его мнению, входят все четыре организации с подобным наименованием, зарегистрированные на территории Томской области, а также ООО «ФИРМА СИТИ».

В отзыве на апелляционную жалобу ООО «Пресса» указано, что Решение суда законно и обоснованно, оснований для отмены решения не имеется.

Учитывая надлежащее извещение третьих лиц о месте и времени рассмотрения жалобы, суд апелляционной инстанции в силу частей 3, 5 статьи 156 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации рассматривает ее в отсутствие указанных лиц.

В судебном заседании на основании статьи 163 156 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации был объявлен перерыв.

Обсудив доводы жалобы, исследовав материалы дела, проверив законность и обоснованность принятого судебного акта в полном соответствии с требованиями статьи 268 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, суд апелляционной инстанции не находит оснований для его отмены либо изменения исходя из следующих обстоятельств.

ООО «Группа компаний «Зонд-реклама» осуществляет деятельность на рынке рекламных услуг города Томска.

28 октября 2011г. в областной независимой газете «Томская НЕДЕЛЯ» от № 42 (1006), стр. 5, учредителем которой является ООО «Независимая пресса», издатель и редакция - ООО «Пресса», опубликована статья под названием «На улицах начали наводить порядок», автор статьи Кротов Е.Г., в которой, по мнению истца, были распространены сведения, не соответствующие действительности и порочащие деловую репутацию ООО «Группа компаний «Зонд-реклама». В статье утверждается следующее: «Около половины рынка наружной рекламы занимает фирма «Зонд-Реклама», которую сейчас возглавляет Дмитрий Паршуто - сын нашего вице-мэра. Не потому ли городская администрация выдавала рекламным компаниям разрешения на установку рекламных щитов с заведомым нарушением

законодательства? Ссылки на незнание закона в данном случае не помогут. В 2009 году, когда Закон только был принят, про рекламу, про рекламные щиты, баннеры и перетяги говорили много, в том числе - и с экранов телевизоров».

«Тем не менее, городская администрация давала разрешения на установку рекламных носителей, ВОПРЕКИ действующему законодательству. Почему? Ответ очевиден» «Вы посмотрите на рекламные щиты «Зонд-рекламы» - каждый третий украшен так называемой социальной рекламой - «Улыбнись прохожему». Вопрос: кто оплачивает эту рекламу? В начале лета Томск пестрел другой социальной рекламой что-то вроде: «Люди (или лица) нашего города». Кто-то может сказать, что «улыбки» оплачивает партия власти. Возможно. Может, они намекают, что у народа все уже порастащили и ему теперь только и остается, что ходить и улыбаться. А кто оплачивал второй рекламный проект?

«У меня возникают серьезные подозрения, что проект «Люди нашего города» был частично оплачен из городского бюджета. То есть один заместитель мэра (Севостьянов) предложил выделить наши с вами деньги для обогащения сына другого заместителя (Паршуту).»

«Хотелось бы заверить читателей, что против Паршуту и против других владельцев рекламных компаний ни Кротов, ни Губа, ни редакция нашей газеты не имеет ничего. Пусть работают, продвигают товары на рынке, НО В РАМКАХ ЗАКОНА!!! Кто дал право семейству Паршуту преступать действующее законодательство? Должность первого заместителя мэра, которую занимает Паршуту-старший, пока Паршуту-младший набивает семейные закрома?»

Истец считает порочащими следующие утверждения: «городская администрация давала разрешения на установку рекламных конструкций ВОПРЕКИ действующему законодательству», утверждение о том, что социальная реклама оплачена из средств городского бюджета, и что «один заместитель мэра (Севостьянов) предложил выделить наши с вами деньги для обогащения сына другого заместителя (Паршуту)», «около половины рынка наружной рекламы занимает фирма «Зонд-реклама», «большинство баннеров принадлежат компании «Зонд-реклама».

Ссылаясь на то, что опубликованные в названных статьях сведения не соответствуют действительности и тем самым порочат его деловую репутацию, истец обратился в арбитражный суд с настоящим иском.

Арбитражный суд первой инстанции указал, что оспариваемые истцом фразы и выражения являются личным, субъективным оценочным суждением ответчика, несоответствующим тексту оспариваемой им статьи. Сведения, оспариваемые истцом, не порочат деловую репутацию истца.

Суд апелляционной инстанции полагает, что в удовлетворении исковых требований отказано правомерно.

Статья 12 Гражданского Кодекса Российской Федерации содержит перечень способов защиты гражданских прав, среди которых названа компенсация морального вреда. Указанной статьей также предусмотрено, что защита гражданских прав может осуществляться иными способами, предусмотренными законом.

В силу статьи 150 Гражданского Кодекса Российской Федерации деловая репутация рассматривается как нематериальное благо и защищается в соответствии с Кодексом и другими законами.

Согласно статье 152 Гражданского Кодекса Российской Федерации гражданин и юридическое лицо вправе требовать по суду опровержения порочащих их деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности.

Как указано судом первой инстанции и установлено пунктом 7 Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 N 3 "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц" по делам данной категории необходимо иметь в виду, что обстоятельствами, имеющими в силу статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации значение для дела, которые должны быть определены судьей при принятии искового заявления и подготовке дела к судебному разбирательству, а также в ходе судебного разбирательства, являются: факт распространения ответчиком сведений об истце, порочащий характер этих сведений и несоответствие их действительности. При отсутствии хотя бы одного из указанных обстоятельств иск не может быть удовлетворен судом.

При этом, пунктом 1 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что действительность распространенных сведений должны доказать распространители этих сведений, то есть ответчики. Сведения считаются не соответствующими действительности до тех пор, пока распространивший их не докажет обратное. Истец должен доказать факт распространения сведений лицом, к которому предъявлен иск, а также порочащий характер этих сведений.

Как правильно указал суд первой инстанции, факт размещения оспариваемой статьи в газете «Томская НЕДЕЛЯ» от № 42 (1006), участвующими в деле не оспаривается и подтвержден вышеприведенной распечаткой.

Данный факт не оспаривался лицами, участвующими в дела.

Согласно пункту 7 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.02.2005 N 3 "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц" не соответствующими действительности сведениями являются утверждения о фактах или событиях, которые не имели места в реальности во время, к которому относятся оспариваемые сведения.

Пунктом 9 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.02.2005 N 3 предусмотрено, что в силу п. 1 ст. 152 ГК РФ обязанность доказывать соответствие действительности распространенных сведений лежит на ответчике. Истец обязан доказать факт распространения сведений лицом, к которому предъявлен иск, а также порочащий характер этих сведений.

Порочащими, в частности, являются сведения, содержащие утверждения о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и



достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица.

В соответствии со ст. 10 Конвенции о защите прав человека и основных свобод, ст. 29 Конституции Российской Федерации, гарантирующими каждому право на свободу мысли и слова, а также на свободу массовой информации, и позицией Европейского Суда по правам человека при рассмотрении дел о защите чести, достоинства и деловой репутации судам следует различать имеющие место утверждения о фактах, соответствие действительности которых можно проверить, и оценочные суждения, мнения, убеждения, которые не являются предметом судебной защиты в порядке ст. 152 ГК РФ, поскольку, являясь выражением субъективного мнения и взглядов ответчика, не могут быть проверены на предмет соответствия их действительности (п. 9 Постановления).

Арбитражный суд, оценив представление доказательства на основании статьи Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации обоснованно пришел к выводу о необходимости отказать в заявленных требованиях.

При этом, арбитражный суд указал, что оценивая распространенные сведения, их характер и форму, суд руководствовался документами, представленными в материалы дела, и прежде всего, заключением судебной экспертизы, проведенной в рамках рассмотрения настоящего дела (л.д.45-53 том 9).

С учетом выводов эксперта, суд первой инстанции пришел к выводу о том, что спорной статье автором изложено свое мнение, оценочные суждения. В выводах экспертизы не содержится указания на наличия в тексте статьи утверждений о фактах порочащих деловую репутацию истца.

При этом, арбитражный суд первой инстанции верно указал, что подробный анализ исследовательской части заключения судебной экспертизы позволяет отметить, что в исследуемом тексте статьи содержатся лишь несколько фактологических суждений в форме утверждений (таблица № 3, л.д.52, том.9), то есть утверждений о фактах, без авторской оценки. Такими высказываниями являются: «Около половины рынка наружной рекламы занимает фирма «Зонд-реклама...»; «...которую сейчас возглавляет Дмитрий Паршутто – сын нашего вице-мэра»; «Ссылки на незнание закона в данном случае не помогут»; «В 2009 году...про рекламу, про рекламные щиты, баннеры и перетяги говорили много, в том числе – и с экранов телевизоров»; «...когда Закон только был принят»; «...которую занимает Паршутто-старший...».

В обжалуемом решении, верно отмечено, что приведенные суждения в основной массе взяты из контекста и рассматривать их отдельно от всего текста статьи представляется нелогичным.

Возражения апелляционной жалобы о том, что арбитражным судом не дана оценка фактологическим суждениям в форме утверждения, содержащихся в спорной статье, противоречат вышеизложенным выводам. Суд первой инстанции полно оценил представленные в материалы дела доказательства.

Вместе с тем, суд также обоснованно указал, что суждение: «Около половины рынка наружной рекламы занимает фирма «Зонд-реклама...», которое, по мнению эксперта, носит форму утверждения, с юридической точки зрения не является однозначным. Приставка «около половины...» позволяет трактовать данное высказывание не однозначно. Статья не содержит точных и определённых цифр,

указывающих статистические данные о том, сколько места занимает рекламная организация места на рынке.

Ссылка жалобы на то, что данное суждение порочит деловую репутацию истца не обоснована.

Утверждение автора статьи о том, что «фирму «Зонд-реклама» возглавляет Дмитрий Паршуту – сын нашего вице-мэра» не соответствует действительности, что подтверждается материалами дела.

При этом, арбитражный суд верно отметил заблуждение автора статьи так как, сведения о том, что руководителем фирмы «Зонд-реклама» является Дмитрий Паршуту получены им с официального сайта ООО «Группа компаний «Зонд-реклама», а также из телевизионного сюжета, в котором, Дмитрий Паршуту указан в качестве директора ГК «Зонд-реклама» (фото-л.д.21, том 1). Кроме того, истец не привел обоснованных аргументов о том, каким образом утверждение о том, что Дмитрий Паршуту возглавляет ГК «Зонд-реклама», порочит его деловую репутацию.

Также суд апелляционной инстанции соглашается с выводами что вывод эксперта о том, что «Приведенные фрагменты текста статьи по своему смысловому содержанию представляют информацию относительно профессиональной деятельности...» именно «...истца – ООО «Группа компаний «Зонд-реклама» судом не принимается, так как противоречит материалам дела.

В тексте оспариваемой статьи не содержится фирменного наименования истца - ООО «Группа компаний «Зонд-реклама». Автор статьи использует словосочетание «фирма «Зонд-Реклама». При этом, как следует из материалов дела (л.д.52, том 1), на территории Томской области зарегистрированы четыре общества с ограниченной ответственностью, в фирменных наименованиях которых содержится словосочетание «Зонд-реклама». Поэтому вывод эксперта о том, что в оспариваемой статье оценивается деятельность именно истца - ООО «Группа компаний «Зонд-реклама» противоречит материалам дела и судом не принимается.

Ссылка апелланта о том, что из словосочетания «фирма «Зонд-реклама» свидетельствует не о множественном числе участников, подлежит отклонению, так как не является явным и определенным выводом.

Как пояснил автор статьи и ответчик по делу Кротов Е.Г., используя словосочетание «фирма «Зонд-Реклама» он имел ввиду холдинг, в который, по его мнению, входят все четыре организации с подобным наименованием, зарегистрированные на территории Томской области, а также, ООО «ФОРМАТ СИТИ».

Факт того, что ООО «ФОРМАТ СИТИ» является самостоятельной организацией не противоречит правильности принятого решения, поскольку в регионе имеются четыре организации в фирменных наименованиях которых содержится словосочетание «Зонд-реклама».

Иные доводы жалобы также не опровергают правильность принятого судебного акта.

Таким образом, обжалуемое Решение суда первой инстанции соответствует нормам материального права, содержащиеся в нем выводы согласуются с

установленными по делу фактическими обстоятельствами и имеющимися в деле доказательствами.

Нарушений норм процессуального права, являющихся в силу части 4 статьи 270 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации основанием для отмены судебного акта в безусловном порядке, апелляционным судом не выявлено, апелляционная жалоба удовлетворению не подлежит.

На основании статьи 110 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации расходы по государственной пошлине относятся на подателя жалобы.

Руководствуясь статьями 258, 268, 271, пунктом 1 статьи 269 , статьей 110 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Седьмой арбитражный апелляционный суд

Решение Арбитражного суда Томской области от 23 августа 2012 года по делу № А67-1509/2012 оставить без изменения, а апелляционную жалобу Общества с ограниченной ответственностью "Группа компаний Зонд-реклама" – без удовлетворения .

Постановление может быть обжаловано в кассационном порядке в Федеральный арбитражный суд Западно – Сибирского округа в течение двух месяцев.

Председательствующий: М.Ю. Кайгородова

Судьи: Н.В. Марченко

Т.В. Павлюк