



СЕДЬМОЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД
634050, г. Томск, ул. Набережная реки Ушайки 24.

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

г. Томск

Дело № А45-17848/2012

Резолютивная часть постановления объявлена 10 октября 2012 г.
Полный текст постановления изготовлен 17 октября 2012 г.

Седьмой арбитражный апелляционный суд в составе:
председательствующего судьи О.А. Скачковой,
судей И.И. Бородулиной, Л.И. Ждановой,
при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Ю.Н. Ермаковой с использованием средств аудиозаписи,
при участии в заседании:

от заявителя – не явился (извещен),

от заинтересованного лица - не явился (извещено),

от третьего лица - не явился (извещено),

рассмотрев в судебном заседании дело по апелляционной жалобе общества с ограниченной ответственностью ТД «Сибирский источник»

на решение Арбитражного суда Новосибирской области от 24 июля 2012 г. по делу № А45-17848/2012 (судья И.А. Рубекина)

по заявлению общества с ограниченной ответственностью ТД «Сибирский источник» (ОГРН 1085401008659, ИНН 5401308810, 630015, г. Новосибирск, ул. Планетная, д. 30, 630102, г. Новосибирск, ул. Большевикская, д. 43)

к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области (ИНН 5405116098, ОГРН 1035401913568, 630011, г. Новосибирск, ул. Кирова, д. 3)

третье лицо: Новосибирская областная общественная организация «Сибиряки за благоприятную окружающую среду» (ОГРН 1075400001236, ИНН 5406387630, 630007, Г. Новосибирск, ул. Коммунистическая, д. 45, оф. 9, 630099, г. Новосибирск, ул. Щетинкина, д. 49, оф. 501)

о признании недействительным решения от 29.03.2012,

УСТАНОВИЛ:

Общество с ограниченной ответственностью ТД «Сибирский источник» (далее – заявитель, Общество, ООО ТД «Сибирский источник») обратилось в Арбитражный суд Новосибирской области к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области (далее – УФАС по Новосибирской области, антимонопольный орган) о признании недействительным решения от 29.03.2012.

К участию в деле в качестве третьего лица, не заявляющего самостоятельных требований относительно предмета спора, привлечена Новосибирская областная общественная организация «Сибиряки за благоприятную окружающую среду» (далее – третье лицо).

Решением суда от 24.07.2012 заявленные требования оставлены без удовлетворения.

Не согласившись с решением суда первой инстанции, ООО ТД «Сибирский источник» обратилось в Седьмой арбитражный апелляционный суд с апелляционной жалобой, в которой просит решение суда отменить, принять по делу новый судебный акт об удовлетворении заявленных требований.

В обоснование апелляционной жалобы ее податель ссылается на то, что суд первой инстанции неправильно применил часть 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»; выводы суда являются субъективными и не соответствуют фактическим обстоятельствам дела и имеющимся в деле доказательствам, поскольку из содержания текста рекламы видно, что в ней говорится не только о потребительских характеристиках воды марки «Family», но и о ее природе, о месте ее происхождения. По мнению заявителя, ссылка суда на решение УФАС России по Новосибирской области, принятое в отношении ООО «Сибирский источник-1» по делу № 81 от 23.11.2010 и судебные акты по данному делу, не могут иметь преюдициальное значение по настоящему делу, поскольку оспариваемое решение вынесено в отношении другого юридического лица – ООО ТД «Сибирский источник».

Подробно доводы изложены в апелляционной жалобе.

УФАС по Новосибирской области в представленном отзыве на апелляционную жалобу просит в удовлетворении жалобы отказать, считает решение суда законным и обоснованным.

Подробно доводы изложены в отзыве на апелляционную жалобу.

Лица, участвующие в деле, о месте и времени судебного разбирательства извещены надлежащим образом, в судебное заседание арбитражного суда апелляционной инстанции не явились. На основании статьи 156 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее – АПК РФ) апелляционный суд считает возможным рассмотреть дело в настоящем судебном заседании в отсутствие представителей лиц, участвующих в деле.

Исследовав материалы дела, изучив доводы апелляционной жалобы и отзыва на нее, проверив законность и обоснованность решения суда первой инстанции в соответствии со статьей 268 АПК РФ, суд апелляционной инстанции считает его не подлежащим отмене по следующим основаниям.

Как установлено судом первой инстанции, 17.11.2011 в адрес УФАС по Новосибирской области поступило заявление НООО «Сибиряки за благоприятную окружающую среду» (вх. № 9832) по факту неисполнения ООО «Сибирский источник-1» предписания Комиссии УФАС по Новосибирской области от 23.11.2010 № 81-4, выданного на основании решения Комиссии УФАС по Новосибирской области от 23.11.2010 по делу № 81, согласно которому реклама: «Друзья мои, ничто живое не может обойтись без воды. Заметьте, что казалось бы одинаковая на вид вода, не всегда одинаково полезна для человека. Ее свойства зависят от того места, где она была добыта. Мне посчастливилось побывать в таком замечательном месте, где вода сохранилась в своем первозданном виде. В самом сердце Сибири, в предгорьях Салаирского кряжа добывают уникальную воду, которая несет людям здоровье. Это «Family». Будьте здоровы. У нее особенный, живой вкус. Попробуйте», была признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», а ООО «Сибирский источник-1» выдано предписание № 81-4 прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение вышеуказанной рекламы с нарушением пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

По итогам рассмотрения дела № 8, решением УФАС по Новосибирской области от 29 марта 2012 г., ООО ТД «Сибирский источник» признано нарушившим пункты 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон № 38-ФЗ).

Не согласившись с вынесенным решением УФАС по Новосибирской области от 29.03.2012, заявитель обратился в арбитражный суд с соответствующим заявлением.

Отказывая в удовлетворении заявленных требований, суд первой инстанции исходил из того, что заявителем допущен факт распространения ненадлежащей рекламы, то есть рекламы, в которой информация о первозданности воды «Family» не соответствует действительности, следовательно, сведения о преимуществах рекламируемого товара являются недостоверными, что в свою очередь является нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ.

Седьмой арбитражный апелляционный суд соглашается с данными выводами суда по следующим основаниям.

Из положений статьи 13 Гражданского кодекса Российской Федерации, части 1 статьи 198, части 2 статьи 201 АПК РФ, пункта 6 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации, Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 01.07.1996 № 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.

Из содержания приведенных правовых норм вытекает, что удовлетворение требований о признании незаконными актов, действий (бездействия) государственных органов и должностных лиц возможно лишь при наличии совокупности двух условий, а именно нарушения прав и интересов заявителя и несоответствия оспариваемых актов, действий (бездействия) органов и должностных лиц нормам закона или иного правового акта.

Отношения в сфере рекламы регламентируются Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона № 38-ФЗ рекламой является информация, распространяемая 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.

Более того, реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (объекту рекламирования), сформировать положительное представление о нем и необходимое рекламодателю для продвижения товара позитивное отношение к нему. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

Под объектом рекламирования понимается 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как указано в Постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы «понимается любое лицо, которому адресуется реклама или которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем».

Статьей 5 Федерального закона № 38-ФЗ установлены общие требования к рекламе.

В пункте 11 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ установлено, что при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4 статьи 3 Федерального закона № 38-ФЗ).

Реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недостоверной (пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ).

Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара (пункт 2 части 3 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ).

В соответствии с пунктом 1 части 1, пунктом 1 части 2 статьи 33 Федерального закона № 38-ФЗ антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе. Антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и сведений о преимуществах рекламируемого товара. Антимонопольный орган в силу предоставленных полномочий выявляет, пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе и вправе признать рекламу ненадлежащей по указанным признакам.

Как следует из материалов дела, основанием для возбуждения дела УФАС по Новосибирской области явились материалы дела № 8, возбужденного в отношении ООО «Сибирский источник-1» и ООО ТД «Сибирский источник», по факту размещения 22 ноября 2011 в сети Интернет на сайте www.family-voda.ru рекламного видеоролика под заголовком: «Николай Николаевич ДРОЗДОВ академик РАЕН доктор биологических наук профессор лауреат Национальной телевизионной премии ТЭФИ» следующего содержания: «Друзья мои, ничто живое не может обойтись без воды. Заметьте, что казалось бы одинаковая на вид вода, не всегда одинаково полезна для человека. Ее свойства зависят от того места, где она была добыта. Мне посчастливилось побывать в таком замечательном месте, где вода сохранилась в своем первозданном виде. В самом сердце Сибири, в предгорьях Салаирского кряжа добывают уникальную воду, которая несет людям здоровье. Это «Family». Будьте здоровы. У нее особенный, живой вкус. Попробуйте».

Содержание указанного видеоролика идентично признанному ненадлежащей рекламой решением УФАС по Новосибирской области от 23.11.2010 по делу № 81.

Решением Арбитражного суда Новосибирской области по делу № А45-56/2011 от 24.03.2011, оставленным без изменения Постановлением Седьмого арбитражного апелляционного суда от 09.06.2011, Постановлением Федерального арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 11.08.2011, решение Комиссии УФАС по Новосибирской области от 23.11.2010 и предписание № 81-4 от 23.11.2010 признаны законными.

Согласно части 2 статьи 69 АПК РФ обстоятельства, установленные вступившим в законную силу судебным актом арбитражного суда по ранее рассмотренному делу, не доказываются вновь при рассмотрении арбитражным судом другого дела, в котором участвуют те же лица.

Исходя из смысла статьи 69 АПК РФ, преюдиция - это установление судом конкретных фактов, которые закрепляются в мотивировочной части судебного акта и не подлежат повторному судебному установлению при последующем разбирательстве иного спора между теми же лицами. Преюдиция распространяется на установление судом тех или иных обстоятельств, содержащихся в судебном акте, вступившем в законную силу, если последние

имеют правовое значение и сами по себе могут рассматриваться как факт, входивший в предмет доказывания по ранее рассмотренному делу.

Таким образом, свойством преюдиции обладают обстоятельства, составляющие фактическую основу ранее вынесенного по другому делу и вступившего в законную силу решения, когда эти обстоятельства имеют юридическое значение для разрешения спора, возникшего позднее, что имеется в данном случае.

Указанное решение суда по делу № А45-56/2011 имеет преюдициальное значение для настоящего спора в силу статьи 69 АПК РФ и обстоятельства, в нем установленные, не требуют дальнейшего доказывания. Доводы апелланта о том, что сайт www.family-voda.ru и его программные и информационные составляющие принадлежали другому лицу с учетом содержания рекламы об обратном не свидетельствуют.

В связи с этим, антимонопольным органом установлен и не подлежит доказыванию факт того, что ООО ТД «Сибирский источник» размещена ненадлежащая реклама, в свою очередь, суд, проверяя оспариваемое решение антимонопольного органа, основываясь на имеющихся в деле доказательствах и руководствуясь статьей 69 АПК РФ, также правомерно установил, что Обществом размещена ненадлежащая реклама.

Так, указанное нарушение выразилось в распространении 18.08.2011 и 22.11.2011 в сети Интернет на сайте www.family-voda.ru рекламы следующего содержания:

«Друзья мои, ничто живое не может обойтись без воды. Заметьте, что казалось бы одинаковая на вид вода, не всегда одинаково полезна для человека. Ее свойства зависят от того места, где она была добыта. Мне посчастливилось побывать в таком замечательном месте, где вода сохранилась в своем первозданном виде. В самом сердце Сибири, в предгорьях Салаирского кряжа добывают уникальную воду, которая несет людям здоровье. Это «Family». Будьте здоровы. У нее особенный, живой вкус. Попробуйте», а также распространявшейся в г. Новосибирске в период с 01.08.2010 по 31.12.2010 на DVD-дисках и в рекламных буклетах «Уникальность созданная природой» рекламы:

«Друзья мои, ничто живое не может обойтись без воды. Заметьте, казалось бы, одинаковая на вид вода не всегда одинаково полезна для человека. Ее свойства зависят от того места, где она была добыта. Мне посчастливилось побывать в таком замечательном месте, где вода сохранилась в своем первозданном виде. В самом центре Сибири, в предгорьях Салаирского кряжа добывают уникальную воду, которая несет людям здоровье, - это натуральная вода Family spring. У нее особенный, живой вкус! Попробуйте!», без соблюдения требований пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ.

Из содержания рекламы следует, что «Family» - это уникальная вода, уникальность которой обусловлена ее первозданным видом.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара, признается недостоверной.

При этом в соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона № 38-ФЗ ответственность за нарушение части 3 статьи 5 указанного закона несет рекламодатель, то есть изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3, часть 6 статьи 38 Федерального закона № 38-ФЗ).

Сайт www.family-voda.ru, ранее принадлежавший ООО «Сибирский источник-1» с 01.06.2011 принадлежит ООО «ТД «Сибирский источник» на основании договора купли-продажи сайта от 01.06.2011.

Заявитель в апелляционной жалобе ссылается на то, что в спорной рекламе говорится не только о потребительских характеристиках воды марки «Family», но и о ее природе, о месте ее происхождения.

Апелляционный суд не может согласиться данным утверждением, так как достоверность содержащейся в рекламе информации о природе рекламируемого товара («...в таком замечательном месте, где вода сохранилась в своем первоначальном виде. В самом сердце Сибири, в предгорьях Салаирского кряжа добывают уникальную воду...») не оспаривалась антимонопольным органом, при этом, как подтверждено заключением специалиста, название рекламируемого продукта в конце ролика (вода «Family») указывает на прямую связь между водой из источника и объектом рекламы. Таким образом, указание на свойства источника одновременно является характеристикой рекламируемого товара, поскольку указывает на тождественность воды, добываемой из источника, и воды, являющейся объектом рекламирования - воды марки «Family» («Это «Family»»).

Таким образом, суд первой инстанции пришел к правомерному выводу о том, что первоначальность в данном случае относится к воде, а не к месту, так как в рекламе прямо указано: «...вода сохранилась в своем первоначальном виде».

Учитывая изложенное, информация об уникальности воды «Family» в связи с ее первоначальностью, является преимуществом перед другими водами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Кроме того, апелляционный суд учитывает, что ссылки заявителя на возраст подземных вод, геолого-техническую характеристику скважины, а также на то, что вода из скважины в бактериологическом, радиологическом, макро и микрохимических отношениях является безупречной, соответствует СанПиН, не свидетельствуют о первоначальности и уникальности воды.

Согласно распечаткам с сайта family-voda.ru (в разделе «Завод») указано, что «процесс добычи и розлива выглядит таким образом: «... вода поступает на завод, где проходит механическую фильтрацию и ультрафиолетовое облучение (нормативная технология обработки артезианской питьевой воды), а затем передается на линию розлива, аналогичное указано и в коммерческом предложении. Также заявителем указывается, что подземная вода после прохождения установки обеззараживания ультрафиолетовым излучением разливается (фасуется) в бутылки с названием «Family spring». То есть, вода марки «Family» является продуктом, изготовленным на основе воды из источника, прошедшей стадию водоподготовки.

При таких обстоятельствах, вода «Family spring», поступающая в продажу, не является первоначальной.

Таким образом, поскольку информация о первоначальности воды «Family» не соответствует действительности, следовательно, сведения о преимуществах рекламируемого товара являются недостоверными, указанное является нарушением части 3 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ.

Указание апеллянта на недостатки оформления оспариваемого решения УФАС по Новосибирской области не принимается апелляционным судом, поскольку Федеральным законом № 38-ФЗ не предусмотрена обязательность указания в решении антимонопольного органа всех доказательств, представленных в дело. Доказательств, полученных антимонопольным органом с нарушением требований НК РФ и не соответствующих положениям статей 67, 68 АПК РФ, апелляционным судом не установлено. При рассмотрении настоящего дела апелляционным судом также не установлено иных процессуальных нарушений, которые могли бы быть расценены как являющиеся основанием для отмены данного решения антимонопольного органа.

В соответствии с пунктом 1 статьи 65 АПК РФ каждое лицо, участвующее в деле, должно доказать обстоятельства, на которые оно ссылается как на основание своих требований и возражений. Обязанность доказывания соответствия оспариваемого ненормативного правового акта закону или иному нормативному правовому акту, законности принятия оспариваемого акта и обстоятельств, послуживших основанием для его принятия, возлагается на орган или лицо, которые приняли соответствующий акт (часть 5 статьи 200 АПК РФ).

Вместе с тем, заявитель в силу положений статьи 65 АПК РФ обязан доказать те обстоятельства, на которые ссылается в обоснование своих доводов.

С учетом вышеуказанных положений процессуального и материального права, проанализировав доводы апелляционной жалобы и отзыва на нее по отдельности, оценив все имеющиеся доказательства по делу в их совокупности и взаимосвязи согласно требованиям статей 65, 71 АПК РФ, суд апелляционной инстанции приходит к выводу о том, что из представленных заявителем доказательств и иных материалов дела не усматривается несоответствия оспариваемого решения положениям Федерального закона № 38-ФЗ, УФАС по Новосибирской области, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона № 38-ФЗ и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2008 № 508, вынесло обоснованное решение о признании ООО ТД «Сибирский источник» нарушившим пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ. Заявителем иных доказательств, подтверждающих изложенные в заявлении и апелляционной жалобе доводы, в арбитражный суд не представлено.

В соответствии с частью 3 статьи 201 АПК РФ 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.

С учетом изложенного, принимая во внимание, что фактические обстоятельства, имеющие существенное значение для разрешения спора по существу, установлены судом на основании полного и всестороннего исследования имеющихся в деле доказательств, выводы суда первой инстанции о законности оспариваемого решения и об отсутствии нарушений в данном случае прав и законных интересов заявителя являются обоснованными.

В целом иные доводы апелляционной жалобы не опровергают выводы суда, положенные в основу по существу правильного принятого решения, и не могут служить основанием для отмены или изменения обжалуемого судебного акта.

Таким образом, принятое арбитражным судом первой инстанции решение является законным и обоснованным, судом полно и всесторонне исследованы имеющиеся в материалах дела доказательства, им дана правильная оценка, оснований для отмены решения суда первой инстанции, установленных статьей 270 АПК РФ, а равно принятия доводов апелляционной жалобы у суда апелляционной инстанции не имеется.

При обращении ООО ТД «Сибирский источник» в Седьмой арбитражный апелляционный суд с апелляционной жалобой поступило платежное поручение от 03.09.2012 № 325 с назначением платежа «Госпошлина за рассмотрение апелляционной жалобы по делу № А45-17848/2012» на сумму 2000 руб., а также квитанция от 09.08.2012, по которой уплачена государственная пошлина Франскевич Ириной Олеговной.

В соответствии с пунктом 4 части 1 статьи 333.21 Налогового кодекса Российской Федерации, принимая во внимание позицию, изложенную в абзаце 2 пункта 15 Информационного письма Президиума Высшего арбитражного Суда Российской Федерации от 25 мая 2005 года № 91 «О некоторых вопросах применения арбитражными судами главы 25.3 Налогового кодекса Российской Федерации», уплаченная государственная пошлина в размере 3000 руб. на основании статьи 333.40 Налогового кодекса Российской Федерации подлежит возврату подателю жалобы.

Руководствуясь статьями 104, 110, 258, 268, пунктом 1 статьи 269, статьей 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, апелляционный суд

ПО С Т А Н О В И Л :

Решение Арбитражного суда Новосибирской области от 24 июля 2012 г. по делу № А45-17848/2012 оставить без изменения, апелляционную жалобу общества с ограниченной ответственностью ТД «Сибирский источник» - без удовлетворения.

Возвратить обществу с ограниченной ответственностью ТД «Сибирский источник» из федерального бюджета государственную пошлину в размере 1000 руб., излишне уплаченную по платежному поручению от 03.09.2012 № 325, в размере 2000 руб., уплаченную Франскевич Ириной Олеговной по квитанции от 09.08.2012.

Постановление вступает в законную силу со дня его принятия.

Постановление может быть обжаловано в кассационном порядке в Федеральный арбитражный суд Западно-Сибирского округа.

Председательствующий

О.А. Скачкова

Судьи

И.И. Бородулина

Л.И. Жданова