

Аналитическая справка
по результатам обобщения судебной практики рассмотрения споров по искам о
принудительном осуществлении демонтажа (сносе) рекламных конструкций.

В соответствии с планом работы Арбитражного суда Кемеровской области на второе полугодие 2011 года проведен анализ практики рассмотрения судьями первого судебного состава гражданской коллегии споров по искам органов местного самоуправления о принудительном осуществлении демонтажа (сносе) рекламных конструкций.

Обзор подготовлен на основании рассмотренных судебным составом дел в 2009, 2010 и первом полугодии 2011 года.

1. Информация о наименовании, месте нахождения организации, а также об имеющемся в магазине товаре не может рассматриваться в качестве рекламной информации в случае, если она размещена на информационном указателе (вывеске) или по месту нахождения организации (вопрос решается с учетом конкретных обстоятельств дела).

Согласно статье 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 и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования при этом признаются товар (работа, услуга), 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.

Так, судом было отказано в удовлетворении иска администрации города об обязанности общественной организации демонтировать самовольно установленную рекламную конструкцию. Судом было установлено, что ответчиком на заборе, ограждающем садоводческое товарищество, самовольно (без разрешения) установлена конструкция (информационный указатель). Выданное органом местного самоуправления предписание о демонтаже конструкции ответчиком в добровольном порядке не исполнено. Основанием для принятия решения об отказе в удовлетворении иска послужил вывод суда о том, что спорная конструкция является вывеской, которая содержит информацию о наименовании юридического лица и маршруте движения к нему. Со ссылкой на правовую позицию Высшего Арбитражного суда Российской Федерации, изложенную в информационном письме от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», суд указал на то, что сведения,

размещенные ответчиком на информационном указателе, не могут признаваться рекламой по смыслу Закона о рекламе.

По другому делу судом был рассмотрен иск комитета по управлению муниципальным имуществом к обществу о принудительном осуществлении демонтажа самовольно установленных рекламных конструкций на фасаде здания магазина. В ходе рассмотрения дела судом было установлено, что общество без соответствующего разрешения установило на фасаде здания магазина два баннера, содержащих информацию о продаваемой в магазине продукции (бытовой химии, кормов для животных, кондитерских изделий, колбас и т.д.). Невыполнение Обществом предписания о демонтаже рекламных конструкций, выданного комитетом по управлению муниципальным имуществом, послужило основанием для обращения последнего с указанным иском. Суд первой инстанции отказал Комитету в удовлетворении заявленных требований, придя к выводу о непредставлении истцом надлежащих доказательств, указывающих на наличие в действиях ответчика состава правонарушения в виде установления без соответствующего разрешения рекламных конструкций на фасаде здания магазина. В частности, судом указано на то, что представленная в материалы дела фотография фасада магазина не подтверждает расположение этого магазина по определенному адресу, и отсутствуют какие-либо доказательства того, что спорные рекламные конструкции установлены именно ответчиком по делу.

Суд апелляционной инстанции, поддержав по существу вывод суда первой инстанции об отказе в удовлетворении иска, дополнительно со ссылкой на статью 3 Закона о рекламе указал на то, что направленные на информирование об имеющемся в магазине товаре сведения не являются рекламой.

Постановлением Федерального арбитражного суда Западно-Сибирского округа решение суда первой инстанции и постановление апелляционной инстанции оставлены без изменения.

2. Информация о предлагаемых товарах и услугах наряду с информацией об адресе магазина, размещенная вне местонахождения самой организации, может признаваться рекламой и свидетельствовать о рекламном характере спорной конструкции.

Так, судом было отказано в удовлетворении иска администрации о демонтаже самовольно установленной на фасаде жилого дома рекламной конструкции, представляющей собой панно с изображением белых медведей и надписью «Динамо плюс бытовая техника», информацией о местонахождении организации, ее контактном телефоне. Как указал суд первой инстанции, конструкция, содержащая информацию об адресе нахождения организации и продаваемой бытовой технике (без конкретизации товара), не является рекламной, размещенная на ней информация не отвечает признакам, определенным в пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Суд апелляционной инстанции, отменяя решение суда первой инстанции и удовлетворяя требование администрации города, указал на то, что сведения, размещенные на спорной

конструкции, выходят за рамки требований пункта 1 статьи 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», поскольку указывают на информацию о реализуемых ответчиком товарах. Спорная вывеска является рекламным щитом и предназначена для формирования и поддержания интереса неопределенного круга лиц к ответчику и его товарам. При квалификации возникших между сторонами правоотношений как связанных с размещением информации рекламного характера судом было учтено то обстоятельство, что спорная конструкция расположена не у входа в помещение либо структурное подразделение ответчика и не по месту его нахождения. Кроме этого, судом апелляционной инстанции было указано на то, что подтверждением наличия признаков рекламы в спорном панно может служить факт обращения ответчика ранее с заявлением о выдаче ему разрешения о размещении рекламной конструкции.

К аналогичному выводу о том, что баннерное полотно (панно), размещенное в окнах магазина, должно признаваться рекламной конструкцией, подпадающей под сферу регулирования статьи 19 Закона о рекламе, пришел суд при рассмотрении другого дела. Со ссылкой на пункт 15 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25 декабря 1998 года № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» суд указал, что размещенные в месте осуществления юридическим лицом своей деятельности коммерческое обозначение, а также профиль деятельности организации и вид реализуемых товаров, оказываемых услуг не подпадают под понятие рекламы, в то время как информация, ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара. Доводы ответчика о том, что баннерное полотно является оформлением витрины магазина, на установку которой в силу части 23 статьи 19 Закона о рекламе не требуется разрешение, судом были отклонены, поскольку, как следует из дефиниций слова «витрина», последняя представляет собой прозрачное ограждение выставленного для обозрения товара от потребителей. Изображение (информация) на баннерном полотне в виде наименования ассортимента продукции с фотографиями (рисунками) продуктов и напитков адресовано неопределенному кругу лиц и направлено на привлечение внимания к ассортименту товаров, реализуемых в магазине, а также формированию и поддержанию интереса к магазину, что способствует продвижению реализуемых в нем товаров на рынке. Требование администрации об обязанности ответчика демонтировать самовольно установленную рекламную конструкцию удовлетворено.

Следует отметить, что при рассмотрении указанной категории дел вопрос о наличии в информации признаков рекламы должен решаться с учетом конкретных обстоятельств дела (пункт 15 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 №37).

При этом представляется правомерной позиция, высказанная судебными инстанциями при рассмотрении вышеуказанных дел, согласно которой размещенные в месте осуществления юридическим лицом своей деятельности коммерческое обозначение, а также профиль деятельности и вид реализуемых товаров, оказываемых услуг не подпадают под понятие рекламы, однако информация, ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром (вне зависимости от ее расположения), должна рассматриваться как реклама этого товара.

Кроме того, в соответствии с Постановлением Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 20.10.2011 № 7517/11 для разграничения информации и рекламы значение имеет предусмотренная федеральным законом обязательность размещения в целях доведения до потребителя соответствующей информации и место ее размещения, манера исполнения при размещении этой информации значения не имеют.

3. Иск о принудительном осуществлении демонтажа рекламной конструкции может быть заявлен либо к ее владельцу, либо к законному владельцу (собственнику) недвижимого имущества, к которому присоединена спорная рекламная конструкция.

Преобладающей по рассматриваемой категории споров является ситуация, когда в качестве ответчика по искам о принудительном демонтаже рекламной конструкции выступает лицо, являющееся законным владельцем данной конструкции. При этом под законным владельцем судами понимается лицо, установившее конструкцию согласно полученному у органа местного самоуправления разрешению, либо лицо, приобретшее права на спорную рекламную конструкцию согласно какой-либо сделке. Рассматривая дела №А27-830/2011, №А27-12154/2010, №А27-12718/2010, №А27-13214/2010, суды удовлетворили требование администрации о принудительном осуществлении владельцем рекламной конструкции демонтажа последней, установив, что договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции расторгнут, разрешение на установку рекламной конструкции аннулировано, а ответчиком демонтаж рекламных конструкций добровольно не осуществлен.

Обжалуя решение суда об удовлетворении иска по делу №А27-13214/2010 в порядке апелляционного производства, ответчик сослался на предъявление истцом требований к ненадлежащему ответчику и неподведомственность спора арбитражному суду, поскольку собственником рекламной конструкции являлось физическое лицо, не обладающее статусом предпринимателя. Собственник рекламных конструкций привлечен к участию в деле в качестве третьего лица, не заявляющего самостоятельных требований относительно предмета спора на стороне ответчика, а ответчиком выступало лицо, являющееся пользователем спорной рекламной конструкции на основании договора безвозмездного пользования. Суд апелляционной инстанции, оставляя без изменения решение суда первой инстанции об удовлетворении иска, указал на то, что на момент рассмотрения спора в суде первой инстанции ответчик являлся законным владельцем

рекламной конструкции, а факт последующего ее отчуждения физическому лицу не свидетельствует о предъявлении администрацией иска к ненадлежащему ответчику.

4. В судебном порядке подлежит рассмотрению требование о принудительном осуществлении демонтажа только правомерно установленной рекламной конструкции и к лицу, являющемуся собственником недвижимого имущества или его законным владельцем.

По делу №А27-2612/2011 судом было отказано в удовлетворении заявленного администрацией города требования к предпринимателю об обязанности демонтировать самовольно установленную рекламную конструкцию типа самоклеющаяся пленка и баннерное панно в оконных проемах здания. Основанием для принятия судом такого решения послужило непредставление истцом доказательств того, что ответчик является собственником или владельцем помещений в указанном здании и что спорные рекламные конструкции в здании принадлежат предпринимателю либо им установлены.

Согласно предложенному Президиумом Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в его постановлении № 8263/10 от 16.11.2010 толкованию положений статьи 19 Закона о рекламе данная норма различает рекламные конструкции, установленные самовольно и с разрешения компетентного органа, и предусматривает в связи с тем для этих случаев различное правовое регулирование. Исходя из требований, содержащихся в частях 21 и 22 статьи 19 Закона о рекламе, судебная процедура демонтажа предусмотрена в отношении именно этих лиц и только для рекламной конструкции, изначально установленной правомерно – при наличии соответствующего разрешения. Что касается самовольной рекламной конструкции, то ее собственник, не обращавшийся за разрешением компетентного органа, может быть не известен и впоследствии не найден. Кроме того, размещение подобной конструкции может быть произведено в месте, способом или с использованием средств, угрожающих жизни и здоровью людей, безопасности населения и окружающей среды или с иными нарушениями, требующими ее безотлагательного демонтажа независимо от того, имеется ли на ней рекламная информация. Самовольная установка рекламной конструкции представляет собой заведомо противоправные действия. Она не разрешена никому, в том числе и на собственных объектах недвижимости. В связи с этим интерес в сохранении рекламной конструкции в месте ее самовольной установки не может рассматриваться как законный и не подлежит защите. На данные ситуации распространяется часть 10 статьи 19 Закона № 38-ФЗ, допускающая демонтаж самовольно установленной рекламной конструкции без судебной процедуры по предписанию органа местного самоуправления, адресат которого Законом о рекламе не обозначен.

Предложенная Высшим Арбитражным Судом Российской Федерации позиция нашла отражения в судебных актах, принятых судом за последнее полугодие (дела №А27-3092/2011, №А27-1062/2011, №А27-2609/2011, №А27-2611/2011).

Так, отказывая в удовлетворении заявленного комитетом по управлению муниципальным имуществом требования к предпринимателю об обязанности осуществить действия по демонтажу самовольно установленной рекламной конструкции по делу №А27-1062/2011, суд указал на предъявление иска к ненадлежащему ответчику, не являющемуся ни собственником, ни иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена спорная конструкция. С учетом правовой позиции, изложенной в постановлении Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 8263/10 от 16.11.2010, суд в рассматриваемой ситуации посчитал неправомерной ссылку истца в обоснование заявленного требования на положения частей 21 и 22 статьи 19 Закона о рекламе.

Вывод о том, что по смыслу части 22 статьи 19 Закона о рекламе лицом, к которому следует предъявлять требование о демонтаже рекламной конструкции, является собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, содержится также в практике рассмотрения аналогичных дел Федерального арбитражного суда Западно-Сибирского округа (постановления от 04.05.2011 по делу № А03-8066/2010, от 03.05.2011 по делу № А03-7947/2010, от 03.05.2011 по делу № А03-7946/2010, от 03.05.2011 по делу № А03-7945/2010, от 22.04.2011 по делу № А03-8062/2010, от 22.04.2011 по делу № А03-7948/2010, от 28.03.2011 по делу № А03-8377/2010).