**Так что же это: реклама или вывеска?????**

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это 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.

В соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Согласно пункту 18 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске, в том числе с использованием товарного знака. Указание юридическим лицом своего наименования на вывеске (табличке) по месту нахождения преследует иные цели и не может рассматриваться как реклама. Назначение информации такого характера состоит в извещении неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении юридического лица и (или) обозначении места входа.

В соответствии с пунктом 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая хотя и отвечает перечисленным критериям, однако обязательна к размещению в силу закона или размещается в силу обычая делового оборота.

К такой информации относятся, в частности, сведения, предоставляемые лицами в соответствии со статьей 495 Гражданского кодекса Российской Федерации, статьей 11 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», статьей 18 Федерального закона «О качестве и безопасности пищевых продуктов», статьями 9, 10 Закона «О защите прав потребителей», пунктом 16 статьи 2, частью 5 статьи 18 Федерального закона «О лотереях», статьей 92 Федерального закона «Об акционерных обществах», статьей 27 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации».

При этом Высший Арбитражный Суд Российской Федерации отдельным образом обратил внимание, что то обстоятельство, что информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, приведена не в полном объеме, само по себе не влечет признания этой информации рекламой.

Указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, адреса и режима ее работы относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей», следовательно, такая информация не может рассматриваться в качестве рекламы, независимо от манеры ее исполнения.

При этом, Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» не устанавливает количество вывесок, которые могут размещаться на здании вместе нахождения организации, соответственно, наличие на здании более чем одной конструкции с указанием обязательной к размещению информации не является основанием для признания таких конструкций рекламой.

Данный вывод также поддерживается судебной практикой, в частности, в постановлении ФАС Волго-Вятского округа от 20.11.2013 по делу №А43-24381/2012, постановлении ФАС Дальневосточного округа от 29.11.2010 по делу № А51-8186/2010, постановлении ФАС Западно-Сибирского округа от 16.05.2014 по делу № А45-8234/2013, постановлении ФАС Московского округа от 20.06.2013 по делу № А40-78009/12-105-720, постановлении Арбитражного суда Поволжского округа от 05.06.2015 по делу № А57-27877/2014,постановлении ФАС Поволжского округа от 01.04.2013 по делу №А12-20036/2012, постановлении Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 27.02.2015 по делу № А32-38844/2013.

Также стоит обратить, внимание на то, что в пункте 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 суд отметил, что информация может быть обязательна к размещению не только в силу закона, но и в силу обычая делового оборота. В таком случае данная информация также не является рекламой.

Указание в месте нахождения организации профиля ее деятельности (аптека, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (хлеб, продукты, мебель) может быть признано обычаем делового оборота, и на информационные конструкции с такой информацией нормы Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Указание в месте нахождения предприятия его коммерческого обозначения, в том числе несовпадающего с наименованием организации, также предназначено для идентификации потребителями местонахождения данного предприятия, и соответствующие конструкции с таким указанием не являются рекламными.

Учитывая изложенное, указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, в том числе, если такое указание осуществляется с использованием коммерческого обозначения, товарного знака или его части, а также профиля деятельности и перечня оказываемых услуг, не может рассматриваться в качестве рекламы, соответственно, на такую информацию не распространяются требования Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, в случае, если конструкция, содержащая информацию об организации, обязательную к размещению в силу закона или размещенную в силу обычая делового оборота, размещена в месте нахождения соответствующей организации, в том числе на фасаде здания, с учетом фактического расположения помещений, занимаемых организацией, или непосредственно у входа в помещение, занимаемое организацией, то такая конструкция не подпадает под понятие рекламной конструкции.

При этом нормы Федерального закона «О рекламе» или Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» не устанавливают такого критерия отнесения вывесок к рекламным как их размер.

Указанная позиция содержится, в том числе в постановлении Арбитражного суда Северо-Западного округа от 07.07.2016 по делу № А56-74077/2015.

Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» не определяет информацию о номере телефона или официальном сайте юридического лица в сети Интернет как обязательную к размещению на вывеске. Следовательно, по мнению ФАС России, конструкции, содержащие номер телефона и/или ссылку на сайг, могут быть отнесены к вывескам, содержащим сведения рекламного характера. На такие конструкции распространяются требования Федерального закона «О рекламе» вне зависимости от обстоятельств их размещения.

Также стоит отметить, что при решении вопроса о размещении на здании обязательной для потребителей информации (вывеска) или рекламы, следует принимать во внимание ее целевое назначение и обстоятельства размещения такой информации на здании.

Так, если организация занимает весь многоэтажный дом, то размещение крышной установки с информацией о ее наименовании (коммерческом обозначении), не может рассматриваться как реклама данной организации, поскольку такая информация направлена на информирование о месте ее нахождения.

Если целевым назначением сведений о наименовании организации и виде ее деятельности, размещенных в месте нахождения организации, является не только информирование о месте нахождения организации (в том числе, с учетом помещения, занимаемого организацией в здании), то такие сведения могут быть квалифицированы как реклама. Обстоятельства размещения таких сведений подлежат дополнительной оценке.

Размещение подобной информации вне места нахождения юридического лица является рекламой и ее размещение должно осуществляться с учетом требований статьи 19 Федерального закона «О рекламе», закрепляющей порядок установки и эксплуатации рекламных конструкций.

***Разъяснения ФАС России от 26.09.2016***