



## ВЫСШИЙ АРБИТРАЖНЫЙ СУД РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

---

### ПОСТАНОВЛЕНИЕ Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации

№ 7517/11

Москва

20 октября 2011 г.

Президиум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации  
в составе:

председательствующего – Председателя Высшего Арбитражного  
Суда Российской Федерации Иванова А.А.;

членов Президиума: Андреевой Т.К., Бабкина А.И.,  
Балахничевой Р.Г., Бациева В.В., Витрянского В.В., Завьяловой Т.В.,  
Иванниковой Н.П., Козловой О.А., Маковской А.А., Першутова А.Г.,  
Слесарева В.Л., Юхнея М.Ф. –

рассмотрел заявление общества с ограниченной ответственностью  
«Розничная сеть АЗС САЛАВАТ» о пересмотре в порядке надзора  
решения Арбитражного суда Удмуртской Республики от 18.08.2010 по  
делу № А71-5758/2010-А25, постановления Семнадцатого арбитражного  
апелляционного суда от 21.10.2010 и постановления Федерального  
арбитражного суда Уральского округа от 08.02.2011 по тому же делу.

В заседании принял участие представитель заявителя – общества с ограниченной ответственностью «Розничная сеть АЗС САЛАВАТ» – Гаязов А.Г.

Заслушав и обсудив доклад судьи Балахничевой Р.Г. и объяснения представителя участвующего в деле лица, Президиум установил следующее.

Общество с ограниченной ответственностью «Розничная сеть АЗС САЛАВАТ» (далее – общество) обратилось в Арбитражный суд Удмуртской Республики с заявлением о признании недействительными предписаний от 09.04.2010 № 105-Д, № 106-Д, № 107-Д (далее – предписания) Управления по наружной рекламе, информации и оформлению города администрации города Ижевска (далее – управление) о демонтаже рекламных конструкций.

Решением Арбитражного суда Удмуртской Республики от 18.08.2010 в удовлетворении требования общества отказано.

Постановлением Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 21.10.2010 решение суда первой инстанции оставлено без изменения.

Федеральный арбитражный суд Уральского округа постановлением от 08.02.2011 названные судебные акты оставил без изменения.

В заявлении, поданном в Высший Арбитражный Суд Российской Федерации, о пересмотре в порядке надзора указанных судебных актов общество просит их отменить как нарушающие единообразие в толковании и применении арбитражными судами норм материального и процессуального права и принять новый судебный акт об удовлетворении его требования.

В отзыве на заявление управление просит оставить данные судебные акты без изменения как соответствующие действующему законодательству.

Проверив обоснованность доводов, изложенных в заявлении, отзыве на него и выступлении присутствующего в заседании представителя

участвующего в деле лица, Президиум считает, что заявление подлежит удовлетворению по следующим основаниям.

Как установлено судами первой и апелляционной инстанций, оспариваемые обществом предписания выданы управлением по факту размещения рекламных конструкций на автозаправочных станциях (далее – АЗС), расположенных по адресам: г. Ижевск, пер. Ботеневский, д. 21а (АЗС № 107), ул. 10 лет Октября, д. 77 (АЗС № 111), ул. 8 Марта, д.135 (АЗС № 104), без разрешения органов местного самоуправления на их установку. Обществу предписано в срок до 12.05.2010 демонтировать рекламные конструкции.

Конструкции представляют собой отдельно стоящие щитовые установки (стелы) и флаговые композиции на трех флагштоках и содержат информацию о видах топлива и ценах на них, фирменный логотип, логотип «SALAVAT», слоган «Сделано в Башкирии», надпись «Евро-4».

Отказывая обществу в удовлетворении требования, суды трех инстанций пришли к выводу о соответствии оспариваемых предписаний требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе и об отсутствии нарушения ими прав и законных интересов общества в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Суды исходили из того, что конструкции являются рекламными, поскольку не только информируют о месторасположении АЗС, но и привлекают внимание неопределенного круга лиц к товарам общества, подчеркивая их преимущество по сравнению с топливом иных, чем «Евро-4», стандартов, реализуемых другими участниками рынка.

В связи с этим суды сочли, что на установку конструкций в силу пункта 10 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) органом местного самоуправления должны быть выданы разрешения и заключены соответствующие

договоры, однако такие разрешения обществом не получены, что квалифицируется как самовольная установка рекламных конструкций.

Между тем судами не учтено следующее.

В силу статьи 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. Объект рекламирования – 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.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 2 Закона о рекламе его положения не действуют в отношении информации, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом.

Таким образом, 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.

В соответствии со статьей 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон о защите прав потребителей) изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование своей организации, место ее нахождения, режим работы, а согласно статье 10 названного Закона изготовитель обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах, обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Действовавший до 01.01.2008 Закон Российской Федерации от 23.09.1992 № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» также предусматривал, что обозначение местонахождения, вида (профиля) деятельности, режима работы, товарного знака является информацией, которая не относится к рекламе, но является обязательной на основании закона и обычая делового оборота.

В соответствии со статьей 17 Федерального закона от 04.05.1999 № 96-ФЗ «Об охране атмосферного воздуха» (далее – Закон об охране атмосферного воздуха) запрещаются производство и эксплуатация транспортных и иных подвижных средств, содержание вредных (загрязняющих) веществ в выбросах которых превышает установленные технические нормативы выбросов.

На основании Закона об охране атмосферного воздуха, Закона о защите прав потребителей, а также федеральных законов от 27.12.2002 №184-ФЗ «О техническом регулировании» (далее – Закон о техническом регулировании) и от 10.12.1995 № 196-ФЗ «О безопасности дорожного движения» и в целях защиты населения и окружающей среды от воздействия выбросов автомобильной техникой вредных (загрязняющих) веществ постановлением Правительства Российской Федерации от 12.10.2008 № 609 утвержден Технический регламент «О требованиях к выбросам автомобильной техникой, выпускаемой в обращение на территории Российской Федерации, вредных (загрязняющих) веществ» (далее – Технический регламент).

Данным Техническим регламентом предусматривается поэтапное введение в действие технических нормативов выбросов в отношении автомобильной техники и двигателей внутреннего сгорания соответствующего экологического класса. В частности, с 01.01.2010 вводятся технические нормативы выбросов в отношении автомобильной

техники и двигателей внутреннего сгорания 4-го экологического класса, с 01.01.2014 – 5-го экологического класса.

При этом в Техническом регламенте применены Правила Европейской экономической комиссии Организации Объединенных Наций (далее – Еврокомиссия), принятые в соответствии с указанным в пункте 2 Технического регламента соглашением.

Утвержденные Еврокомиссией экологические стандарты (нормы «Евро») регламентируют содержание в выхлопе автомобилей вредных (загрязняющих) веществ. Аналогичная экологическая классификация (стандарты) применена в Техническом регламенте.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.02.2008 № 118 «Об утверждении Технического регламента «О требованиях к автомобильному и авиационному бензину, дизельному и судовому топливу, топливу для реактивных двигателей и топочному мазуту», принятым на основании Закона о техническом регулировании, установлены нормативы содержания вредных (загрязняющих) веществ по классам каждого из названных видов топлива.

На основании пункта 31 данного постановления изготовители и (или) продавцы автомобильного бензина и (или) дизельного топлива обязаны указывать на информационных материалах, размещенных в местах, доступных для приобретателей, в том числе на топливораздаточном оборудовании, наименование продукции, марку и класс автомобильного бензина или дизельного топлива, а также в кассовых чеках – класс этого бензина или дизельного топлива.

С учетом установленных судом обстоятельств размещения спорных конструкций в месте нахождения автозаправочных станций содержащиеся на этих конструкциях сведения о реализуемых товарах: марках бензина (ассортименте товара), ценах на них, сведения о соответствии бензина стандартам топлива, о месте производства топлива («Сделано в Башкирии») – не могут расцениваться как преследующие рекламные

цели, поскольку представляют собой необходимую информацию о товарах, обеспечивающую возможность их правильного выбора, что соответствует требованиям названных федеральных законов.

Нельзя согласиться и с выводом судов об отсутствии нарушения оспариваемыми предписаниями прав и законных интересов общества в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, поскольку в силу статьи 19 Закона о рекламе правовым последствием самовольного установления рекламных конструкций (а таковыми они квалифицированы в предписаниях) является их демонтаж.

Таким образом, выводы судов о соответствии оспариваемых предписаний требованиям закона и об отсутствии нарушения прав и законных интересов общества в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности не могут быть признаны обоснованными.

При названных обстоятельствах оспариваемые судебные акты подлежат отмене согласно пункту 1 части 1 статьи 304 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации как нарушающие единообразие в толковании и применении арбитражными судами норм материального права.

Отменяя судебные акты в связи с неправильным применением и толкованием норм материального права, Президиум считает необходимым принять новый судебный акт об удовлетворении требования общества.

Вступившие в законную силу судебные акты арбитражных судов по делам со схожими фактическими обстоятельствами, принятые на основании нормы права в истолковании, расходящемся с содержащимся в настоящем постановлении толкованием, могут быть пересмотрены на основании пункта 5 части 3 статьи 311 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, если для этого нет других препятствий.

Учитывая изложенное и руководствуясь статьей 303, пунктом 3 части 1 статьи 305, статьей 306 Арбитражного процессуального кодекса

Российской Федерации, Президиум Высшего Арбитражного Суда  
Российской Федерации

ПОСТАНОВИЛ:

решение Арбитражного суда Удмуртской Республики от 18.08.2010 по делу № А71-5758/2010-А25, постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 21.10.2010 и постановление Федерального арбитражного суда Уральского округа от 08.02.2011 по тому же делу отменить.

Требование общества с ограниченной ответственностью «Розничная сеть АЗС САЛАВАТ» удовлетворить.

Предписания Управления по наружной рекламе, информации и оформлению города администрации города Ижевска от 09.04.2010 № 105-Д, № 106-Д, № 107-Д признать недействительными.

Председательствующий

А.А. Иванов