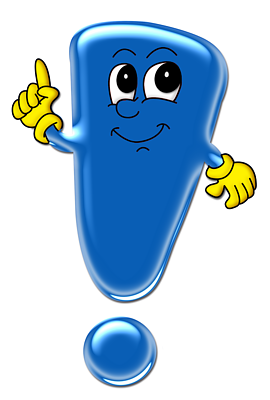
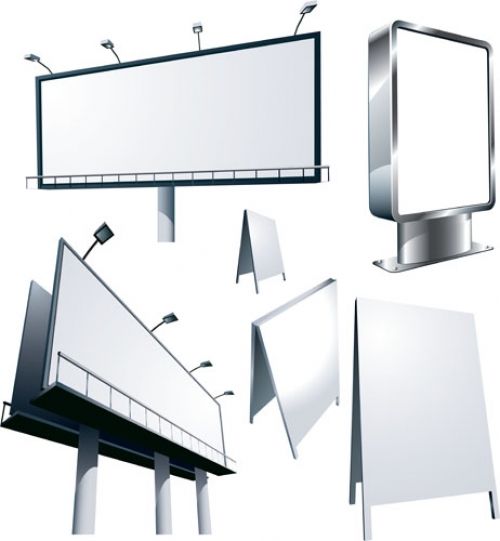
В связи с возросшим количеством поступающих в ФАС России запросов от юридических и физических лиц, а также органов местного самоуправления о квалификации конструкций в качестве рекламных или информационных сообщаем следующее.

Системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, **реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.**

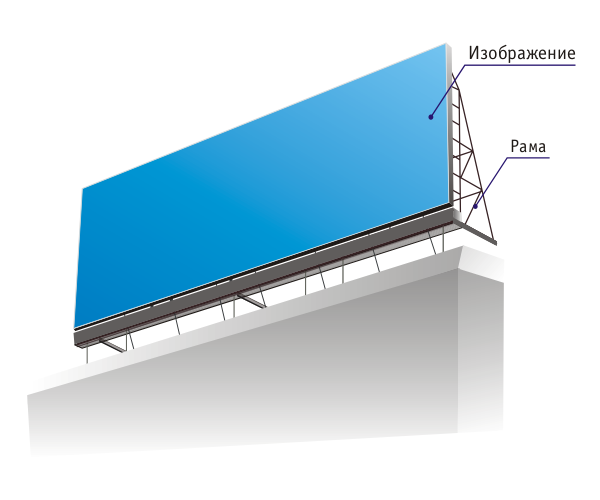




При этом **не является рекламой** размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой. Кроме того, указание в месте нахождения организации профиля ее деятельности (аптека, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (хлеб, продукты, мебель, вино, соки) может быть признано обычаем делового оборота, и на такие информационные конструкции нормы Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Однако 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. По мнению ФАС России, если целевым назначением сведений о наименовании организации и виде ее деятельности не является 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.

В то же время, по мнению ФАС России, если организация занимает все многоэтажное здание, то **размещение крышной установки** с информацией о ее наименовании не **может рассматриваться как реклама** данной организации, поскольку такая информация направлена на информирование о месте нахождения данного юридического лица.



Относительно вопроса квалификации **конструкций автозаправочных станций** сообщаем следующее.

Размещение **информационных** табло с указанием наименования, места нахождения, режима работы юридического лица на территории АЗС, с учётом специфики деятельности указанных объектов, соответствует требованиям законодательства., предъявляемым к вывескам, и **рекламой не является**.Вместе с тем размещение подобной информации **вне территории АЗС подпадает под признаки рекламы**, закреплённые в Федеральном законе «О рекламе», и является рекламой.

При этом следует иметь в виду, что Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» не требует от юридического лица размещать на вывеске информацию о реализуемых товарах, ценах и тому подобном. Размещение информационных табло с указанием наименования юридического лица, номера объекта, марки топлива, цены на них, режим работы объекта, и другой информации на подъездных путях к территориям А3С может признаваться обязательной информацией только в случае, если территория указанных подъездных путей принадлежит АЗС в силу вещно- правовых или обязательственных отношений.



Адрес: 443010, г.Самара, ул.Ерошевского,3а

тел. 8(846)200-15-36

Факс тел. 8(846)200-15-37

e-mail: [to63@fas.gov.ru](mailto:to63@fas.gov.ru)

сайт: <http://samara.fas.gov.ru/>

twitter: @63Ufas

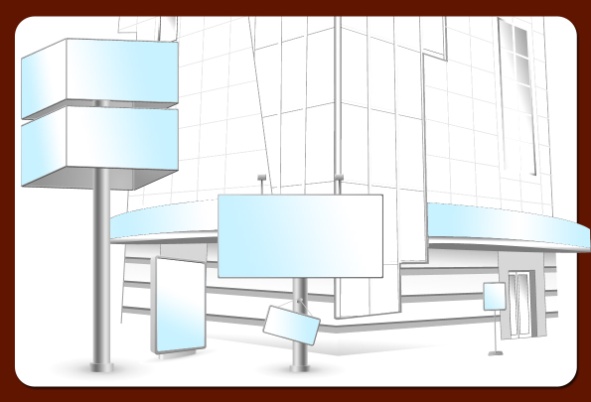
ВКонтакте: vk.com/ufas63



**Управление федеральной антимонопольной службы по Самарской области**

**(Самарское УФАС России)**

**О квалификации конструкций в качестве рекламных или информационных**



Самара,2015