

Письмо ФАС РФ от 16.03.2006 N АК/3512

О разграничении рекламы и иной информации

Текст документа по состоянию на июль 2011 года

ФАС России рассмотрел вопросы о разграничении понятий "реклама" и "информация" в отношении рекламно-информационного оформления предприятий игорного бизнеса в месте их фактического нахождения и сообщает.

1. В соответствии с [пунктом 18](#) Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 N 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.

К данным сведениям не применяются требования [законодательства](#) Российской Федерации о рекламе.

Так, указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, адреса и режима работы относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске [Законом](#) "О защите прав потребителей", следовательно, такая информация не может рассматриваться в качестве рекламы, независимо от манеры ее исполнения.

Указание на здании в месте нахождения организации профиля (вида) ее деятельности - "Казино", "Игровой клуб", "Игровые автоматы", "Культурно-развлекательный центр" и прочее - относится к обычаям делового оборота и также не может рассматриваться в качестве рекламы.

2. Размещение в месте нахождения организации (игорного заведения) ее наименования (в том числе не совпадающего с наименованием владельца данной организации), например "казино Топаз", "Игровой клуб Вулкан", по мнению специалистов ФАС России, служит целям идентификации данного заведения и не может рассматриваться как его реклама. Товарные знаки, выступающие в качестве наименования заведения и индивидуализирующие такие организации в месте их нахождения, по мнению ФАС России, не должны признаваться рекламой данных организаций. Такая информация может быть размещена на вывеске, и на нее не распространяются требования Федерального [закона](#) "О рекламе", независимо от манеры исполнения указанных обозначений.

3. Размещение на здании игорного заведения изображений игровых автоматов, карт, рулетки, а также соответствующих надписей и названий игр (например, блэк-джек, три семерки, 777, слотс и т.п.) не является обязательным и, по мнению ФАС России, формирует интерес потребителей к конкретным видам деятельности игорного заведения (азартным играм). Следовательно, такая информация должна рассматриваться в качестве рекламы деятельности по организации и проведению азартных игр, пари, игорных заведений. При этом размещенные на фасадах здания изображения, не содержащие сведений об азартных играх (например, видов г. Лас-Вегас, г. Москвы, небоскребы и прочее), не подпадают под законодательное понятие рекламы и не являются рекламой.

4. [Закон](#) "О защите прав потребителей" не содержит требований к количеству вывесок, размещение которых обязательно для юридического лица. Следовательно, 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, по мнению ФАС России, отвечают целям обозначения места нахождения организации и должны признаваться в качестве обязательной информации вывески, размещенные рядом с каждым входом в здание или на каждом из фасадов здания, расположенного на пересечении нескольких улиц.

Однако 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. При этом обстоятельства размещения таких сведений подлежат дополнительной оценке.

Так, например, размещение крышной установки на многоэтажном здании, в котором игорное заведение арендует одну комнату, следует расценивать как рекламу этого заведения, поскольку такой способ размещения информации не обеспечивает обозначения места нахождения организации и преследует иные цели.

А.Б.КАШЕБАРОВ