

Аналитическая справка по итогам обобщения судебной практики рассмотрения споров, связанных с распространением наружной рекламы и установкой рекламных конструкций

В соответствии с пунктом 3.4 плана работы Четырнадцатого арбитражного апелляционного суда на II полугодие 2014 года проанализирована судебная практика по рассмотрению споров, связанных с распространением наружной рекламы и установкой рекламных конструкций.

В справке использованы материалы судебной практики арбитражных судов Архангельской, Вологодской, Новгородской, Тверской, Псковской областей, постановления Четырнадцатого арбитражного апелляционного суда и Арбитражного суда Северо-Западного округа, а также определения Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации.¹

За период с 01.01.2012 по 30.09.2014 Четырнадцатым арбитражным апелляционным судом рассмотрено 116 апелляционных жалоб по делам, связанным с распространением наружной рекламы и установкой рекламных конструкций.

При пересмотре в апелляционном порядке оставлено без изменения 105 судебных актов судов первой инстанции, или 90,5 % от общего числа рассмотренных дел данной категории, отменено 9 судебных актов или 7,7 %, и изменено 2 дела, или 1,7 % от числа рассмотренных дел указанной категории.

Наибольшее число отмененных апелляционным судом судебных актов судов первой инстанции связано с нарушением норм процессуального права – 5 дел, нарушением норм материального права – 3 дела, несоответствием выводов суда обстоятельствам дела – 2 дела и по 1 делу производство прекращено, принят отказ от иска.

В кассационной инстанции пересмотрено 16 судебных актов апелляционного суда (на момент обобщения судебной практики) или 13,7 % от общего числа пересмотренных в апелляционном порядке дел, из которых 13 оставлено без изменения, что составляет 81,25 % от общего числа обжалованных судебных актов, по 1 делу постановление апелляционной инстанции и решение суда первой инстанции отменены, дело направлено на новое рассмотрение в суд первой инстанции, по 2 делам постановления апелляционной инстанции изменены с изложением кассационной инстанцией резолютивной части в новой редакции.

ВАС РФ в двух случаях отказал в передаче дела на рассмотрение в

¹ Далее - ВАС РФ.

Президиум.

С 2006 года основные направления в области рекламной деятельности регулирует Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»², который объединяет правовые нормы в области производства, размещения и распространения рекламы. Следует отметить, что рекламное законодательство тесно связано с законодательством об авторских правах, о правах на средства индивидуализации, о защите прав потребителей, а также о средствах массовой информации.

Как показал анализ судебной практики, самую распространенную категорию из числа рассмотренных дел с применением норм Закона о рекламе составляют споры, связанные с размещением рекламных конструкций. Значительная доля дел приходится на споры о взыскании платы за использование земельного участка, на котором размещаются спорные конструкции.

1. Вопросы заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции

Результаты конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции признаны недействительными ввиду отсутствия чёткой методики оценки показателей представленных заявок, что нарушает порядок определения победителя конкурса и не соответствует пункту 3 части 1 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»³.

Суды мотивировали решение тем, что в соответствии с частью 5.1 статьи 19 Закона № 38-ФЗ заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Согласно пункту 1 статьи 449 Гражданского кодекса Российской Федерации⁴ торги, проведённые с нарушением правил, установленных законом, могут быть признаны судом недействительными по иску

² Далее – Закон № 38-ФЗ, Закон о рекламе.

³ Далее – Закон № 135-ФЗ, Закон о защите конкуренции.

⁴ Далее – ГК РФ.

заинтересованного лица, если такие нарушения существенным образом оказали влияние на определение результата торгов. В числе нарушений, влекущих недействительность торгов, пункт 4 статьи 17 Закона о защите конкуренции называет нарушение антимонопольных требований, в том числе нарушение порядка определения победителя торгов.

В рассмотренном деле в нарушение требований Положения о порядке подготовки и проведения открытых конкурсов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории города Твери, утверждённого 01.09.2011 постановлением администрации города Твери № 1552, в конкурсной документации отсутствовали как содержание каждого критерия оценки, так и порядок оценки и сопоставления заявок по каждому критерию. При этом из итогового протокола и листов голосования невозможно установить, по каким критериям конкурсной комиссией выбран победитель конкурса, и в чём заключаются преимущества его заявки.

Разрешая вопрос о последствиях действительной сделки, заключённой по результатам торгов, суды сослались на положения пункта 3 статьи 167 ГК РФ и указали на то, что действие заключённых договоров может быть прекращено лишь на будущее время в неисполненной части, поскольку контракт с победителем торгов был заключён сроком на 5 лет - с 11.03.2012 по 11.03.2017 и на момент вынесения решения суда в сентябре 2013 года исполнялся.⁵

2. Вопросы взыскания задолженности по договорам на установку и эксплуатацию рекламной конструкции

Методика расчёта платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности.

Администрацией при расчёте платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций была применена методика, утверждённая органами местного самоуправления.

Общество возражало против применения этой методики. В обоснование ссылалось на то, что при заключении договоров стороны условились применять формулу расчёта платы, изложенную в тексте договоров на основании методики, утверждённой в 2004 г. Положения

⁵ Постановления 14 ААС от 11.10.2012, ФАС СЗО от 29.01.2013, 14 ААС от 31.01.2014, ФАС СЗО от 20.05.2014 по делу № А66-3624/2012.

договоров не предусматривают возможности изменения в одностороннем порядке методики расчёта. Принятие Администрацией в 2010 г. новой методики само по себе не может повлечь за собой автоматического пересмотра способа расчёта размера платежей. Для внесения изменения по расчёту платы стороны должны заключить дополнительное соглашение к договору.

Суды двух инстанций пришли к выводу о том, что в спорных договорах сторонами не была предусмотрена и согласована какая-либо конкретная методика расчёта внесения платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, поскольку в договорах указан лишь её размер, который рассчитан на основании действующих в определённый период нормативных правовых актов органов местного самоуправления. Неисполнение Обществом обязательства по внесению платы расценено как нарушение условий договоров.

Руководствуясь нормами гражданского законодательства о надлежащем исполнении договорных обязательств, требования Администрации о взыскании задолженности и пеней признаны законными.⁶

3. Вопросы взимания платы в связи с размещением рекламных конструкции в отсутствие договорных отношений

При внесении платы за использование рекламно-пространственных конструкций на основании заключённого с Администрацией договора не возникает обязанность по внесению платы за использование земельного участка, на котором размещена эта конструкция, если договор аренды земельного участка не заключался.

1) На основании заключённого с Администрацией договора Общество эксплуатировало рекламную конструкцию и вносило соответствующую плату.

Администрация обратилась в суд с иском о взыскании с Общества неосновательного обогащения, которое, по ее мнению, возникло в связи с использованием земельного участка, на котором размещалась рекламная конструкция.

⁶ Постановления 14 ААС от 28.07.2014 по делам № А05-8426/2013, А05-8250/2013, от 17.17.2014 по делу № А05-8252/2013.

Суд пришёл к выводу, что размещение рекламной конструкции на муниципальном земельном участке при отсутствии договора его аренды не влечёт возникновение права пользования земельным участком, на котором она расположена.

Данный вывод соответствует правовой позиции ВАС РФ, изложенной в постановлении Президиума ВАС РФ от 12.04.2011 № 15248/10.

Общество, во исполнение условий договора, приняло на себя обязательство вносить плату за установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с календарным поквартальным графиком платежей.

В силу надлежащего исполнения Обществом обязательств по внесению платы, оснований для удовлетворения требований Администрации не имелось.⁷

2) В другом случае суды первой и апелляционной инстанций согласились с позицией Администрации, указав, что Общество разместило и эксплуатирует рекламную конструкцию без правовых оснований.

Согласно пункту 12 статьи 85 Земельного кодекса Российской Федерации участки, занятые площадями, улицами, проездами, автомобильными дорогами, набережными, скверами, бульварами, водными объектами, пляжами и другими объектами, относятся к землям общего пользования.

Исходя из норм пункта 12 статьи 1 Градостроительного кодекса Российской Федерации и статьи 262 ГК РФ земельный участок, на котором установлена рекламная конструкция и который относится к землям (территориям) общего пользования, не может быть выделен из земель общего пользования и предоставлен в пользование конкретному лицу.

Суд апелляционной инстанции согласился с выводами суда первой инстанции о том, что фактически между сторонами возникли правоотношения, связанные с установкой и эксплуатацией рекламной конструкции, а не использованием земельным участком.

Вследствие неправомерного размещения и эксплуатации Обществом спорной конструкции и не внесения соответствующей платы, ответчик обязан возместить Администрации полученное неосновательное обогащение.⁸

⁷ Постановления 14ААС от 22.01.2013 по делу № А05-12759/2012, от 29.01.2013 по делу № А05-12578/2012.

⁸ Постановление 14 ААС от 02.08.2012 по делу № А13-17487/2011.

Размещение рекламной конструкции без согласования с собственником или владельцем земельного участка является основанием для предъявления иска о ее демонтаже. Иск о взыскании неосновательного обогащения в виде платы за использование земельного участка, на котором размещена эта конструкция, может быть заявлен лицом, в чьем владении земельный участок находится.

1) Общество в отсутствие договора или иного законного основания разместило и эксплуатировало рекламные конструкции, от подписания договора, а также внесения платы за размещение рекламы уклонялось. В связи с этим уполномоченный орган местного самоуправления обратился в суд за взысканием неосновательного обогащения в размере невнесенной платы.

Суд, удовлетворяя заявленные требования, указал на то, что действующее законодательство о рекламе (статьи 9 и 10 Закона № 38-ФЗ) не допускает самовольную установку рекламных конструкций, а также их использование без внесения соответствующей платы, поэтому на стороне Общества возникло неосновательное обогащение.⁹

2) По другому делу Общество разместило объёмно-пространственную рекламную конструкцию на основании заключённого с муниципалитетом договора о предоставлении рекламного места для размещения средств наружной рекламы и обязалось вносить плату за использование рекламного места. По истечении срока действия договора Общество продолжало использовать рекламное место, в связи с этим уполномоченный орган местного самоуправления – Комитет обратился в суд с иском о взыскании неосновательного обогащения в виде платы за размещение и использование средств наружной рекламы.

Суд отказал в удовлетворении заявленных требований, указав на отсутствие у Комитета полномочий на предоставление ответчику рекламного места на земельном участке, который ранее передан в аренду другому юридическому лицу, а равно и на взимание платы. Тот факт, что рекламные конструкции размещены на муниципальной земле, является основанием для предъявления иска об их демонтаже, но не основанием для взыскания неосновательного обогащения, так как владельцем земельного участка по договору аренды является третье лицо.¹⁰

⁹ Постановления 14 ААС от 10.09.2013 по делам № А52-1423/2013, А52-1424/2013, А52-1426/2013, А52-1427/2013, А52-1428/2013, А52-1431/2013, от 11.09.2013 № А52-1429/2013, от 04.10.2013 № А52-1432/2013, А52-1433/2013, А52-1434/2013.

¹⁰ Постановление 14 ААС от 14.06.2012 по делу № А52-4831/2011.

Эксплуатация рекламных конструкций по истечении срока действия договора о предоставлении права на их использование на возмездной основе может являться основанием для взыскания неосновательного обогащения при соблюдении ряда условий.

Лицо, предъявляющее требование о взыскании неосновательного обогащения, в силу части 1 статьи 65 АПК РФ обязано доказать факт пользования ответчиком спорным имуществом, отсутствие правовых оснований для такого пользования, а также размер неосновательного обогащения.

1) Администрация предъявила в суд требование о взыскании с Общества неосновательного обогащения исходя из следующих обстоятельств. Общество использовало рекламные конструкции по истечении срока, определённого договором и разрешением, при этом плату за использование данных конструкций не вносило и доказательств их демонтажа в добровольном порядке не представило.

Оценив имеющиеся в деле доказательства, суды двух инстанций признали правомерным требование о взыскании неосновательного обогащения и удовлетворили иск.¹¹

2) В другом случае суд отказал во взыскании неосновательного обогащения, указав на недоказанность исковых требований.

Общество (заказчик) размещало на крыше здания свою рекламу, для чего заключило с Рекламораспространителем договор на оказание услуг по размещению и демонстрации рекламной информации на объектах наружной рекламы (конструкции), принадлежащих последнему на правах собственности. Этим же договором стороны предусмотрели, что на объектах наружной рекламы будут размещены светодиодные панели, которые должен предоставить заказчик. В течение 2007-2008 гг. договор исполнялся сторонами, в том числе в части оплаты.

В 2009 г., в связи с истечением срока действия договора, Общество заключило договор с новым агентом по осуществлению функций обслуживания рекламно-информационных материалов на объектах наружной и внутренней рекламы. В 2010 г. Общество демонтировало светодиодные панели на крепежном каркасе рекламных конструкций.

¹¹ Постановления 14 ААС от 08.08.2014 по делам № А66-2813/2014, А66-2814/2014, А66-2831/2014, А66-2832/2014, А66-2833/2014, А66-2827/2014, от 12.08.2014 по делу № А66-2817/2014, от 22.08.2014 по делу № А66-2828/2014, от 25.08.2014 по делу № А66-2826/2014, от 28.08.2014 по делам № А66-2816/2014, А66-2818/2014, от 01.09.2014 по делам № А66-2822/2014, А66-2815/2014, А66-2829/2014, А66-2830/2014, от 16.09.2014 по делу № А66-2820/2014.

Рекламораспространитель предъявил иск к Обществу о взыскании неосновательного обогащения в размере платы за размещение в течение 2009 г. на его рекламных конструкциях рекламной информации Общества.

Суды трёх инстанций отклонили требования истца, указав на отсутствие надлежащих доказательств неправомерного пользования ответчиком имуществом истца и получения им в связи с этим денежной выгоды. Обязательство Общества демонтировать каркас для светодиодных панелей договором не было предусмотрено. Размещение рекламы в 2009 г. осуществлялось Обществом с использованием принадлежащего ему имущества и привлечением агентов, которые внесли плату за фактическое пользование крышей. Истец не доказал ни оказания им услуг по размещению информации Обществом на рекламной конструкции в объёме, предусмотренном договором, ни того, что ответчик сберег расходы за счет истца.

Заявленный размер неосновательного обогащения не соответствует размеру платы за пользование имуществом. Согласно экспертному заключению взыскиваемая сумма отражает рыночную стоимость размещения и демонстрации рекламной информации в спорный период и в нее ошибочно включена стоимость работ по подготовке к установке конструкции для крепления рекламы, которые были оплачены в рамках исполнения договора в 2007 г.¹²

В отсутствие договора при размещении рекламной конструкции на фасаде жилого дома возникает обязанность по внесению платы за использование рекламного места в размере, определённом ТСЖ на момент окончания периода пользования.

Предприниматель на основании разрешения Администрации, выданного в 2007 г., установил рекламную конструкцию на боковом фасаде жилого дома, которую демонтировал в 2012 г.

В 2011 г. общим собранием собственников помещений многоквартирного дома был установлен тариф за аренду рекламного места на фасаде дома в размере 250 руб., который после пересмотра на конец года составил 140 руб. за 1 кв. м. После чего ТСЖ обратилось в суд с иском о взыскании неосновательного обогащения в виде невнесённой платы за использование рекламного места за период 2009-2011 гг. Размер неосновательного обогащения был исчислен исходя из утвержденного тарифа за аренду по периодам его действия.

¹² Постановления 14 ААС от 30.09.2013 и ФАС СЗО от 31.03.2014 по делу № А05-6890/2013.

Суды первой и апелляционной инстанций удовлетворили заявленные требования, указав следующее.

В силу статей 246 и 247 ГК РФ владение, пользование и распоряжение имуществом, находящимся в долевой собственности, осуществляется по соглашению всех ее участников.

Согласно статье 36 Жилищного кодекса Российской Федерации собственникам помещений в многоквартирном доме принадлежат на праве общей долевой собственности помещения в доме, не являющиеся частями квартир и предназначенные для обслуживания более одного помещения в данном доме. По решению собственников помещений в многоквартирном доме, принятому на общем собрании таких собственников, объекты общего имущества в многоквартирном доме могут быть переданы в пользование иным лицам в случае, если это не нарушает права и законные интересы граждан и юридических лиц.

Стена как часть здания находится в общей долевой собственности собственников помещений многоквартирного дома, поэтому ТСЖ вправе определять порядок, в том числе устанавливать плату за использование общего имущества.

Окружной суд согласился с приведёнными выводами. Однако изменил судебные акты нижестоящих судов в части взысканной суммы неосновательного обогащения.

На основании пункта 2 статьи 1105 ГК РФ лицо, неосновательно временно пользовавшееся чужими услугами должно возместить потерпевшему то, что оно сберегло вследствие такого пользования, по цене, существовавшей во время, когда закончилось пользование и в том месте, где оно происходило. Таким образом, требование ТСЖ следовало удовлетворить исходя из утвержденного собственниками помещений дома тарифа за аренду 1 кв. м рекламного места на момент окончания пользования - 140 руб.¹³

4. Вопросы, возникающие при демонтаже рекламных конструкций

Иск о демонтаже рекламных конструкций подлежит удовлетворению, если такие конструкции по своему содержанию являются рекламой, установлены самовольно, ранее выданное органом местного самоуправления предписание о демонтаже не исполнено.

¹³ Постановления 14 ААС от 12.02.2013 по делу № А52-3375/2012 и от 24.01.2013 по делу № А52-3011/2012, ФАС СЗО от 29.04.2013 по делу № А52-3375/2012 и от 15.05.2013 по делу № А52-3011/2012.

1) Администрацией по факту незаконного и самовольного размещения настенных панно с несущими элементами на фасаде здания Предпринимателю выдано предписание о проведении в определённый срок демонтажа данных конструкций. В связи с неисполнением предписания в отношении Предпринимателя составлен протокол об административном правонарушении, и он привлечён к административной ответственности в виде административного штрафа.

Рассматривая иск Администрации о демонтаже рекламных конструкций, суды пришли к выводу о нарушении Предпринимателем требований частей 5, 10 и 17 статьи 19 Закона № 38-ФЗ.

Предприниматель, будучи собственником нежилого помещения, расположенного на первом этаже четырёхэтажного административного здания, разместил настенные панно «Сувениры Часы», «Игрушки» на фасаде здания на уровне первого этажа.

Суд признал, что спорные конструкции не являются вывесками, в смысле норм Закона о рекламе, Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» и Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». Данные конструкции не содержат информации о юридическом лице либо Предпринимателе, не размещены над входами в магазин и не свидетельствуют о его местонахождении. Информация, содержащаяся на настенных панно, адресована неопределённому кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, следовательно, представляет собой рекламу.

Разрешение в компетентном органе местного самоуправления на размещение подобных конструкций в качестве объекта наружной рекламы Предприниматель не получал. С иными собственниками помещений здания использование общего имущества не согласовал.¹⁴

Установив неисполнение Предпринимателем обязательства по демонтажу рекламной конструкции – настенного панно, суд удовлетворил иск Администрации.

2) Комитет, выявив нарушение предусмотренного законодательством порядка размещения рекламных конструкций, направил Обществу предписание о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций. Однако предписания Комитета в установленный срок

¹⁴ Постановления 14 ААС от 30.03.2012 по делу № А44-4179/2011, от 22.05.2012 по делу № А44-4180/2011.

Обществом не исполнены.

Суды трёх инстанций признали обоснованными иски в части возложения на Общество обязанности демонтировать рекламные конструкции, размещенные на недвижимом имуществе, за исключением вывесок, содержащих информацию о фактическом местонахождении объектов, без конкретизации услуг и видов работ, носящих информационный характер и не формирующих интерес к виду деятельности ответчика. Данная позиция согласуется с пунктом 18 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе».

ВАС РФ отказал в передаче дела в Президиум для пересмотра судебных актов в порядке надзора и указал, что выводы судов соответствуют действующему законодательству и установленным по делу фактическим обстоятельствам, согласуются с разъяснениями, данными в постановлении Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе».^{15, 16}

3) ТСЖ, полагая, что конструкции, размещённые на стенах дома, являются рекламой, обратилось в суд с иском к Обществу о демонтаже данных конструкций.

Суд апелляционной инстанции, отменяя решение суда первой инстанции об удовлетворении исковых требований, указал на неправомерный вывод суда о том, что ответчик нарушает права владения общим имуществом дома и уклоняется от заключения договора на размещение своей рекламной конструкции на фасаде дома.

В пункте 1 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 разъяснено, что не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая в силу закона обязательна к размещению или размещается в силу обычая делового оборота.

Апелляционный суд с учётом вышеуказанного разъяснения указал, что в данном случае размещение спорных конструкций служит целям обозначения организации, находящейся на первом этаже в нежилом помещении данного дома, и не может быть признано распространением рекламы. При этом размещение вывесок указанного содержания является общераспространённой практикой и правовых оснований для оценки

¹⁵ Далее – постановление Пленума от 08.10.2012 № 58.

¹⁶ Определение ВАС РФ об отказе в передаче дела в Президиум ВАС РФ от 31.01.2013 № ВАС-369/13 по делу № А13-2347/2012; постановление 14 ААС от 04.10.2012 по делу № А13-817/2012, от 24.12.2012 по делу № А13-4902/2012 и ФАС СЗО от 02.07.2013 по делу № А13-7401/2012.

спорных конструкций как рекламы у суда первой инстанции не имелось.¹⁷

4) По серии аналогичных дел, суды первой инстанции, отказывая в демонтаже рекламных конструкций, указывали на предназначение спорных конструкций как средств индивидуализации магазина или иного помещения, принадлежащих ответчику.

Суды вышестоящих инстанций, оставляя в силе решения судов первой инстанции, с учётом разъяснений ВАС РФ, а также норм Закона о рекламе, в обоснование своей позиции указали на то, что не следует рассматривать в качестве рекламы размещение наименования организации в месте её нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг, поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.¹⁸

По аналогичному судебному спору позиция ФАС СЗО поддержана ВАС РФ в определении от 20.03.2013 № ВАС-2536/13 об отказе в передаче дела в президиум ВАС РФ.¹⁹

Неправильное исчисление ответчиком срока действия договора на право размещения средств наружной рекламы не устраняет его обязанность по демонтажу рекламных конструкций.

Между органом местного самоуправления и Обществом в 2005 г. заключён договор на право размещения средств наружной рекламы и информации на территории г. Пскова и объектах городской собственности. Срок действия договора ограничивался с 1 января 2005 г. по 29 сентября 2005 г. Однако по окончании срока его действия и при условии исполнения всех обязательств по договору, допускалось продление договора на новый срок в случае продления паспорта рекламного места. О своем намерении продлить договор рекламораспространитель должен был письменно уведомить Комитет за один месяц до истечения срока договора. В противном случае договор считался расторгнутым по окончании срока его действия. В течение 10 дней с момента прекращения действия договора Общество обязано было произвести демонтаж средства наружной рекламы и информации (привести рекламное место в первоначальное состояние).

¹⁷ Постановление 14ААС от 21.11.2013 по делу № А05-9443/2013.

¹⁸ Постановления 14 ААС от 29.02.2012 и ФАС СЗО от 28.05.2012 по делу № А13-9553/2011, 14 ААС от 18.10.2011 и ФАС СЗО от 06.03.2012 по делу № А13-12671/2010, 14 ААС от 30.03.2012 и ФАС СЗО от 10.07.2012 по делу № А13-8200/2011, 14 ААС от 26.11.2013 по делу № А05-15428/2012, 14 ААС от 16.12.2013 по делу № А44-2804/2013, 14 ААС от 18.11.2013 и ФАС СЗО от 11.02.2014 по делу № А44-2154/2013.

¹⁹ Определение ВАС РФ об отказе в передаче дела в Президиум ВАС РФ от 20.03.2013 № ВАС-2536/13 по делу № А13-1656/2012.

Полагая, что срок действия договора на право размещения средств наружной рекламы истёк, с заявлением о продлении договорных отношений Общество не обращалось, администрация г. Пскова издала постановление от 02.09.2011 о демонтаже отдельно стоящих рекламных конструкций (билбордов), незаконно размещенных на муниципальном имуществе, принадлежащих Обществу. В установленный срок Общество не исполнило требование о демонтаже, считая, что срок действия договора не истёк.

Суды признали размещение рекламных конструкций незаконным и обязали Общество произвести их демонтаж. Доводы общества отклонены как не соответствующие условиям договора и нормам действующего законодательства.

Общество не заявило о намерении продлить договор в установленный договором срок.

Положения пунктов 3 и 4 статьи 2 Федерального закона от 21.07.2007 № 193-ФЗ «О внесении изменений в статьи 19 и 33 Федерального закона «О рекламе» к рассматриваемой ситуации не применимы.

Согласно указанным нормам заключённые до дня вступления в силу названного закона договоры на установку и эксплуатацию рекламной конструкции признаются действующими на срок, предусмотренный самими договорами, но не более чем в течение пяти лет со дня вступления в силу названного закона.

В данном же случае срок действия договора на право размещения средств наружной рекламы и информации на территории г. Пскова и объектах городской собственности закончился еще 29.09.2005.²⁰

Иск о демонтаже рекламной конструкции подлежит удовлетворению в случае препятствия в использовании земельного участка по назначению в качестве придорожной полосы автомобильной дороги общего пользования регионального назначения и нарушения требования к её безопасной эксплуатации.

В ходе проведённой Департаментом дорожного хозяйства и транспорта

²⁰ Постановления 14 ААС от 06.04.2012 по делу № А52-3602/2011, от 06.06.2012 по делу № А52-3642/2011; от 25.06.2012 по делам № А52-3695/2011, А52-3682/2011, А52-3683/2011, А52-3684/2011, А52-3685/2011, А52-3686/2011, А52-3687/2011, А52-3688/2011, А52-3689/2011, А52-3690/2011, А52-3691/2011, А52-3692/2011, А52-3693/2011, А52-3694/2011; от 18.06.2012 по делам № А52-3596/2011, А52-3599/2011, А52-3600/2011, А52-3602/2011, А52-3604/2011, А52-3605/2011, А52-3607/2011, А52-3612/2011, А52-3613/2011, А52-3614/2011, А52-3615/2011, от 27.06.2012 по делу № А52-3611/2011, от 29.06.2012 по делу № А52-3641/2011, от 02.07.2012 по делу № А52-3643/2011.

области проверки установлено незаконное размещение в границах полосы отвода автомобильных дорог регионального или межмуниципального значения области информационно-рекламных конструкций (далее – ИРК).

Управление автомобильных дорог как организация, обеспечивающая проведение работ по образованию земельных участков для размещения автомобильных дорог, потребовало от Предпринимателя и Общества произвести демонтаж ИРК, ссылаясь на нарушение ответчиками пункта 5 части 3 статьи 25 Федерального закона от 08.11.2007 № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», а также положения ГОСТа Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений» (пункты 6.1 и 6.12). Предписания о демонтаже ИРК выдавались Обществу, директором которого является Предприниматель. Общество требование Управления автомобильных дорог не исполнило, указав, что собственником спорной ИРК является Предприниматель.

Суд удовлетворил иск о демонтаже ИРК и приведении полосы отвода автомобильной дороги в месте её установки в первоначальное состояние в части требований, предъявленных к Предпринимателю. При этом отметил, что ИРК препятствует Управлению автомобильных дорог в использовании земельного участка по назначению в качестве придорожной полосы автомобильной дороги общего пользования регионального назначения и нарушает требования к её безопасной эксплуатации. Разрешение компетентного органа местного самоуправления на установку рекламной конструкции не выдавалось. Доказательств владения и пользования Предпринимателем и Обществом на законных основаниях земельным участком, на котором размещена рекламная конструкция, отсутствовали.²¹

Убытки в виде упущенной выгоды, вызванные принудительным демонтажем рекламных конструкций, не подлежат возмещению, если установка таких конструкций произведена самовольно.

На основании вступившего в законную силу решения суда признаны недействительными распоряжение Комитета о демонтаже рекламной конструкции и акт о незаконном демонтаже данной конструкции. Указанные обстоятельства послужили основанием для обращения Общества в суд с иском о взыскании с Комитета упущенной выгоды, возникшей в связи с незаконным демонтажем рекламной конструкции.

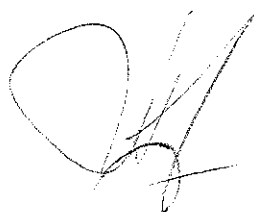
²¹ Постановление 14 ААС от 07.08.2014 по делу № А13-13536/2013.

Суды трёх инстанций, отказывая в удовлетворении заявленных требований, пришли к выводу, что одним из обязательных условий для удовлетворения иска о взыскании убытков в виде упущенной выгоды является установление факта законности размещения рекламной конструкции. Закон о рекламе обязательным условием установки рекламной конструкции называет наличие разрешения компетентного органа (статья 19). Учитывая, что площадь информационного поля спорной рекламной конструкции не соответствовала размеру информационного поля, согласованному в разрешении, суды указали на несоблюдение Обществом условий полученного разрешения, ввиду чего признали рекламную конструкцию самовольно установленной.

В соответствии со статьёй 15 ГК РФ под убытками понимаются расходы, которые лицо, чьё право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода).

Таким образом, требование лица о полном возмещении ему причинённых убытков обусловлено наличием у него права на получение доходов. При незаконности установки рекламной конструкции у Общества не возникло права на получение доходов от её эксплуатации.²²

Судья



А.Я. Зайцева

Начальник отдела анализа
и обобщения судебной практики



Г.Н. Хрулёва

²² Постановления 14 ААС от 29.12.2011 и ФАС СЗО от 27.03.2012 по делу № А52-2248/2011.