

# ВЕРХОВНЫЙ СУД РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Дело № 303-ЭС14-395

## О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

г. Москва

18 ноября 2014г.

Судебная коллегия по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации в составе :

председательствующего судьи Борисовой Е.Е., судей Павловой Н.В, Попова В.В.,

рассмотрела в судебном заседании без участия сторон кассационную жалобу общества с ограниченной ответственностью «Свитинка» (г. Хабаровск) о пересмотре в порядке надзора решения Арбитражного суда Хабаровского края от 11.10.2013 по делу № А73-9636/2012, постановления Шестого арбитражного апелляционного суда от 21.01.2014 и постановления Федерального арбитражного суда Дальневосточного округа от 06.06.2014 по тому же делу

по иску общества с ограниченной ответственностью «Премииум ДВ» (г. Хабаровск) к обществу с ограниченной ответственностью «Свитинка» ( г. Хабаровск) о взыскании неосновательного обогащения

Заслушав доклад судьи Верховного Суда Российской Федерации Борисовой Е.Е., Судебная коллегия по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации

### УСТАНОВИЛА:

общество с ограниченной ответственностью «Премииум ДВ» ( далее - общество «Премииум ДВ»), являясь управляющей организацией, с которой собственники помещений многоквартирного жилого дома по адресу г. Хабаровск, ул. Серышева, 52 заключили договор от 25.11.2008 № 4 на управление имуществом дома, обратилось в Арбитражный суд Хабаровского

края с иском к обществу с ограниченной ответственностью «Свитинка» (далее – общество «Свитинка») о взыскании неосновательного обогащения в сумме 160 985 руб. 87 коп. за использование фасада указанного многоквартирного жилого дома в период с 15.04.2010 по 09.07.2012, а также процентов за пользование чужими денежными средствами в сумме 15 088 руб. 76 коп. за период с 10.05.2010 по 10.07.2012.

Поводом для обращения общества «Премиум ДВ» с иском явилось размещение ответчиком без согласия собственников помещений, расположенных в доме, на фасаде многоквартирного жилого дома двух вывесок. Одна вывеска в форме шоколадной плитки площадью 2 кв. метра и сведениями - «Шоколадный Департамент. Фирменный магазин кондитерских изделий. Режим работы с 09 до 21. Наименование, юридический адрес и идентификационный номер налогоплательщика (ИНН)», вторая вывеска площадью 7,56 кв.метров и сведениями – «Шоколадный Департамент. Фирменный магазин кондитерских изделий».

В обоснование иска общество «Премиум ДВ» указало, что в силу пункта 5 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) общество «Свитинка» обязано было заключить договор с управляющей компанией на размещение на фасаде дома рекламных конструкций. Однако на направленную обществу «Свитинка» претензию от 21.03.2011 № 06/0004 о необходимости заключения договора на размещение рекламных конструкций и возмещения суммы неосновательного обогащения за использование общего имущества дома, ответчик должных мер не принял.

Решением Арбитражного суда Хабаровского края от 11.10.2013, оставленным без изменения постановлением Шестого арбитражного апелляционного суда от 21.01.2014, исковые требования удовлетворены. Суды первой и апелляционной инстанций пришли к выводу о том, что обе информационные конструкции, размещенные обществом «Свитинка» на фасаде жилого дома, направлены на привлечение и поддержание внимания к реализуемому товару, то есть имеют рекламный характер, в связи с чем пришли к выводу о наличии оснований для взыскания заявленной суммы иска.

Суд кассационной инстанции, не соглашаясь с таким выводом, признал спорные конструкции, размещенные в месте непосредственного осуществления деятельности общества, не рекламными конструкциями, а иными вывесками с изображением товарного знака с целью продвижения товаров третьим лицам, указав также, что плата в этом случае подлежит взысканию с общества «Свитинка». Такой вывод судом сделан на основании статей 246, 290 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Гражданский кодекс), части 1 статьи 36, подпункта 3 пункта 2 статьи 44 Жилищного кодекса Российской Федерации (далее – Жилищный кодекс), при системном толковании которых пришел к выводу о том, что использование общего имущества многоквартирного дома, в том числе стены дома, должно быть возмездным, в связи с чем даже если размещенная на фасаде многоквартирного жилого дома информация не является рекламой, это не освобождает общество от внесения платы.

Учитывая, что взысканная сумма соответствует установленному протоколом общего собрания собственников помещений от 15.04.2010 № 14 размеру платы за размещение вывесок, рекламных и иных информационных конструкций, определенной в зависимости от площади занимаемой конструкции, Федеральный арбитражный суд Дальневосточного округа постановлением от 06.06.2014 оставил судебные акты нижестоящих инстанций, применивших указанные ставки при расчете размера неосновательного обогащения, без изменения.

Общество «Свитинка» в поданном заявлении о пересмотре судебных актов указывает, что суды необоснованно при рассмотрении дела не применили положения Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон о защите прав потребителей), пункт 12 статьи 9 которой обязывает доводить до сведения потребителей сведения о фирменном наименовании своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим работы. Поскольку спорные вывески были размещены во исполнение требований этого закона, оснований для взыскания суммы неосновательного обогащения, по мнению заявителя, не имеется.

Проверив материалы дела и доводы кассационной жалобы, Судебная коллегия по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации полагает о наличии оснований для частичной отмены принятых по делу судебных актов в силу следующего.

Предметом требования по заявленному иску является плата за размещение спорных вывесок, по мнению истца, подлежащая взысканию в связи с использованием ответчиком общего имущества многоквартирного жилого дома.

Суды при рассмотрении дела, изучив содержание размещенной на вывесках информации, разойдясь в их правовой оценке : суды первой и апелляционной инстанций признали их рекламными конструкциями, а суд кассационной инстанции - вывесками с обозначением товарного знака, размещенными в месте осуществления своей деятельности лицом, имеющим право на использование обозначения «Шоколадный департамент», но не рекламными конструкциями, тем не менее, пришли к единому выводу о наличии у лица, их разместившего, обязанности уплатить соответствующую плату за использование общего имущества дома.

Между тем, Судебная коллегия полагает, что суды при рассмотрении дела не дали должной оценки доводам заявителя, указывающим на то, что поскольку размещение спорных вывесок им произведено в силу требований Закона о защите прав потребителей, плата в этом случае не взимается. Поскольку характер и способ размещения информации заинтересованными в этом лицами могут иметь различное назначение, судам следовало проверить указанный довод с учетом положений как Закона о рекламе, так и Закона о защите прав потребителей.

Согласно Закону о рекламе, 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе ( пункт 1 статьи 3 Закона).

В соответствии со статьями 9, 10 Закона о защите прав потребителей изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы, а также иные сведения, предусмотренные в этих нормах.

Постановлением Пленума Высшего Арбитражного Суда от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» было указано, что при применении пункта 1 статьи 3 этого закона следует исходить из того, что 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, 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» и т.д.

Системное толкование указанных норм права дает основание считать о наличии различных оснований для размещения информации : реклама, соответствующая требованиям пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе, целью которой является формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, а также иные информационные конструкции размещаются по инициативе и волеизъявлению заинтересованных в этом лиц, а информация, содержащая сведения, прямо предусмотренные Законом о защите прав потребителей, размещается в силу требований этого закона.

Поскольку согласно преамбуле к Закону о защите прав потребителей, этот закон регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав, обязанность довести необходимую информацию до потребителя является публичной, неисполнение которой исполнителем (продавцом) влечет предусмотренную законом ответственность.

Хабаровской городской Думой в соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» 26.12.2008 принято Решение «Об

утверждении правил благоустройства городского округа «Город Хабаровск» (далее – Правила), действовавшие на момент размещения спорных вывесок, которыми определяются виды, способы, цели размещения вывесок и требования к ним, и которые в связи с этим подлежали применению при рассмотрении спора.

Согласно подпункту 7.2 пункта 6, пункту 32.3 Правил, информационная табличка, являющаяся разновидностью вывески, – это обязательная к размещению вывеска, предназначенная для доведения до потребителей информации о фирменном наименовании предприятия, учреждения, организации, месте их нахождения (адрес) и режиме их работы в соответствии со статьей 9 Федерального закона «О защите прав потребителей». Предприятия, учреждения, организации и индивидуальные предприниматели должны разместить информационные таблички на стене здания рядом с входом в предприятие, учреждение, организацию. При этом было рекомендовано применять следующие размеры информационной таблички: 40 x 60, 50 x 70, 60 x 80 см. Вывеска должна располагаться на фасаде здания непосредственно у входа в помещение или в пределах помещения, занимаемого предприятием, между первым и вторым этажом здания, если иное не предусмотрено собственником здания или сооружения. Площадь вывески не должна превышать 2,0 кв. метра, если иное не предусмотрено собственником здания или сооружения.

При указанных требованиях к информационной табличке, размещаемой в соответствии с Законом о защите прав потребителей, нормативный акт органа местного самоуправления города Хабаровска при этом не предусматривает необходимость размещения в этих целях двух информационных табличек по одному адресу в непосредственной близости друг к другу, в какой находятся спорные вывески.

Поскольку вывеска площадью 2 кв.м. по содержанию находящихся сведений на ней, ее размеру, расположению на фасаде дома соответствует требованиям, предъявляемым Законом о защите прав потребителей, а также Правилам, устанавливаемым к информационной табличке, ее следовало признать вывеской, содержащей информацию, необходимую для защиты прав потребителей, обязательную в соответствии с указанным законом для доведения до сведения неограниченного круга лиц.

Вместе с тем, вторая спорная вывеска площадью 7.56 кв.м., не содержит всех необходимых сведений, предусмотренных Законом о защите прав потребителей, превышает допустимые для информационной вывески размеры, была размещена при соблюдении ответчиком процедуры ее установки как рекламной конструкции. С учетом этих обстоятельств, а также способа доведения информации о своем товаре и обозначении продавца, в том числе посредством использования товарного знака, суды первой и апелляционной инстанций обоснованно при установленных по делу обстоятельствах не согласились с обществом «Свитинка» о признании ее информацией, размещенной в соответствии с требованиями Закона о защите прав потребителей, сделав вывод о том, что она в силу указанных признаков

направлена на привлечение и поддержание внимания к реализуемому товару, его продвижению и поэтому является рекламной конструкцией.

При решении вопроса о наличии у общества «Свитинка» обязанности уплатить определенную плату за размещение спорных вывесок, суды в связи с указанием истца на неосновательное обогащение ответчика в связи с использованием общего имущества многоквартирного жилого дома, обоснованно исходили из положений статей 36, 44 Жилищного кодекса.

Согласно пункту 2 статьи 36 Жилищного кодекса предусмотрено право собственников помещений в многоквартирном доме владеть, пользоваться и в установленных настоящим Кодексом и гражданским законодательством пределах распоряжаться общим имуществом в многоквартирном доме.

По решению собственников помещений в многоквартирном доме, принятому на общем собрании, 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 ( пункт 4 статьи 36 кодекса).

Статьей 44 Жилищного кодекса предусмотрено, что решение о пользовании общим имуществом собственников помещений в многоквартирном доме иными лицами, в том числе посредством заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, должно быть принято общим собранием собственников многоквартирного жилого дома.

Однако судами не учтено, что законом прямо установлена возможность принятия такого решения на общем собрании собственников помещений об использовании общего имущества дома, определении размера платы лишь при использовании имущества для установки и эксплуатации другими лицами рекламных конструкций, но не в случае размещения информации в соответствии с требованиями Закона о защите прав потребителей.

Поскольку размещая именно такую информацию в соответствии с требованиями этого закона, продавец (исполнитель) выполняет публичную обязанность в интересах неограниченного круга лиц, взимание с него соответствующей платы ни нормами указанного закона, ни нормами Жилищного кодекса не предусмотрено, в связи с чем такое лицо не может быть признано обогатившимся за чужой счет, и оснований для применения главы 60 Гражданского кодекса Российской Федерации не имеется.

Таким образом, в соответствии с указанными нормами материального права и при установленных судами при рассмотрении дела обстоятельствах, Судебная коллегия по экономическим спорам приходит к выводу о наличии оснований для удовлетворения иска общества «Премиум ДВ» только в части требования о взыскании в соответствии со статьей 1102 Гражданского кодекса неосновательного обогащения за размещение на фасаде жилого дома рекламной конструкции площадью 7,58 кв.м. в размере 144 252 руб. 34 коп., а также процентов за пользование чужими денежными средствами, начисленных в соответствии со статьей 395 Гражданского кодекса в размере 2 302 руб. 57 коп. В части взыскания 16 733 руб. 53 коп. – суммы неосновательного обогащения и 2 302 руб. 57 коп. –

суммы процентов за пользование чужими денежными средствами, начисленных истцом за использование общего имущества дома размещением вывески площадью 2 кв.м., в удовлетворении иска судам следовало отказать.

В силу изложенного Судебная коллегия по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации приходит к выводу о том, что судами при рассмотрении настоящего спора были допущены существенные нарушения норм материального права, без устранения которых невозможны восстановление и защита нарушенных прав и законных интересов, в связи с чем судебные акты по настоящему делу в соответствии с положениями статьи 291.11 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации подлежат частичной отмене и отказу в этой части истцу в иске.

В связи с частичным отказом в удовлетворении иска по настоящему делу, расходы по взысканной государственной пошлине подлежат распределению в соответствии со статьей 110 АПК РФ пропорционально удовлетворенным требованиям.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 176, 291.11 – 291.15 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Судебная коллегия по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

решение Арбитражного суда Хабаровского края от 11.10.2013 по делу № А73-9636/2012, постановление Шестого арбитражного апелляционного суда от 21.01.2014 и постановление Федерального арбитражного суда Дальневосточного округа от 06.06.2014 по тому же делу отменить в части взыскания 16 733 руб. 53 коп. – суммы неосновательного обогащения и 2 302 руб. 57 коп. – суммы процентов за пользование чужими денежными средствами. В указанной части в удовлетворении иска отказать. В остальной части судебные акты по делу оставить без изменения.

Взыскать с общества с ограниченной ответственностью «Премииум ДВ» в пользу общества с ограниченной ответственностью «Свитинка» 571 руб. – государственной пошлины.

Настоящее определение вступает в законную силу со дня его вынесения и может быть обжаловано в порядке надзора в Верховный Суд Российской Федерации в трехмесячный срок.

Председательствующий

Е.Е.Борисова

Судьи

Н.В.Павлова

В.В.Попов

