*Задача №2* ООО «Садко», осуществляющее розничную торговлю, разместило свое наименование на английском языке в вывеске перед входом в занимаемое помещение. Часть указанного помещения занимал торговый зал, а в другой части располагались исполнительные органы продавца. В уставе коммерческой организации предусматривалось фирменное наименование как на русском, так и на английском языках, совпадающее при произношении.

Потребитель Вялков при предъявлении ООО «Садко» требований в связи с продажей товара ненадлежащего качества посчитал, что нарушено не только его право на надлежащее качество товара, но и право на информацию, поскольку наименование продавца на русском языке в вывеске отсутствовало. ООО «Садко», удовлетворив в установленный срок в добровольном порядке требование Вялкова о замене товара ненадлежащего качества, требование об изменении вывески оставило без ответа. Вялков обратился с жалобой в территориальное управление федерального антимонопольного органа.

Антимонопольный орган посчитал, что ООО «Садко» названным выше образом разместило рекламу, поскольку указание на наименование организации отвечает определению рекламы и, кроме того, нарушает требование о распространении рекламы на русском языке. Продавцу было направлено предписание об устранении указанного нарушения.

Организация, посчитав нарушенным свое право на фирменное наименование, обратилась в арбитражный суд с требованием о признании недействительным и не подлежащим исполнению предписания антимонопольного органа.

*Как в действующем законодательстве определяется понятие «реклама»?*

*Можно ли признать вывеску организации рекламой?*

*Какое решение вынесет арбитражный суд?*