



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)
ЗАМЕСТИТЕЛЬ
РУКОВОДИТЕЛЯ

Руководителям территориальных
органов ФАС России

Садовая Кудринская, 11
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24
delo@fas.gov.ru <http://www.fas.gov.ru>

штамп
регистрации

№ _____

На № _____ от _____

[Об отнесении информационных
стендов к рекламным конструкциям]

В соответствии с пунктом 25 Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2020 году, утвержденным приказом ФАС России от 17.04.2020 № 410/20, ФАС России направляет разъяснение по вопросу отнесения к рекламным конструкциям стендов, размещенных у входа в подъезды жилых домов.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это 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.

Требования к наружной рекламе и установке рекламных конструкций закреплены в статье 19 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламой распространителем, с соблюдением требований данной статьи.



При этом, вышеуказанный перечень рекламных конструкций не является закрытым, поскольку перечень способов и видов распространения рекламы не определен и не ограничен.

В указанной части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» также содержится указание на «иные технические средства стабильного территориального размещения».

По мнению ФАС России, к иным техническим средствам стабильного территориального размещения следует относить любые конструкции, предназначенные для распространения рекламы, которые размещены стационарно, прочно связаны с землей, зданиями, строениями и сооружениями (т.е. с объектами недвижимого имущества) и не предназначены для перемещения.

Федеральный закон «О рекламе» не содержит определения прочной связи конструкции с объектом недвижимого имущества.

Вместе с тем, по мнению специалистов ФАС России, под «иными техническими средствами стабильного территориального размещения» понимаются любые конструкции, прочно (стабильно, стационарно) связанные с объектом недвижимого имущества таким образом, что такая связь делает невозможным монтаж/демонтаж конструкции без использования специальных технических средств или устройств (машин, механизмов, инструментов и т.п.), такие конструкции при размещении на них рекламы являются рекламными конструкциями.

В случае если стенды, размещенные у входа в подъезды жилых домов, используются для распространения рекламы, прочно связаны с землей или зданием и их перемещение невозможно без использования специальных приспособлений или инструментов, такие стенды относятся к рекламным конструкциям, размещение которых должно осуществляться в соответствии с положениями статьи 19 Федерального закона «О рекламе», в том числе, о наличии разрешения на их установку и эксплуатацию, а также внесении данных конструкций в схему размещения рекламных конструкций.

Вместе с тем в соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» данный Федеральный закон не распространяется на сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой, объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

Согласно пункту 6 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» данный Федеральный закон не распространяется на объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

В случае если на информационных стендах, установленных у входа в подъезды жилых домов, размещается такая информация (например, информации об

отключении горячего водоснабжения), положения Федерального закона «О рекламе», в частности статьи 19 данного закона, на установку таких стендов не распространяются.

При этом, согласно части 2 статьи 1 Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» местное самоуправление в Российской Федерации - форма осуществления народом своей власти, обеспечивающая в пределах, установленных Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, а в случаях, установленных федеральными законами, - законами субъектов Российской Федерации, самостоятельное и под свою ответственность решение населением непосредственно и (или) через органы местного самоуправления вопросов местного значения исходя из интересов населения с учетом исторических и иных местных традиций.

Пунктом 19 части 1 статьи 14 данного закона к вопросам местного значения отнесено утверждение правил благоустройства территории поселения, устанавливающих в том числе требования по содержанию зданий (включая жилые дома), сооружений и земельных участков, на которых они расположены, к внешнему виду фасадов и ограждений соответствующих зданий и сооружений, перечень работ по благоустройству и периодичность их выполнения; установление порядка участия собственников зданий (помещений в них) и сооружений в благоустройстве прилегающих территорий; организация благоустройства территории поселения (включая освещение улиц, озеленение территории, установку указателей с наименованиями улиц и номерами домов, размещение и содержание малых архитектурных форм), а также использования, охраны, защиты, воспроизводства городских лесов, лесов особо охраняемых природных территорий, расположенных в границах населенных пунктов поселения.

При этом согласно статье 2 цитируемого закона благоустройство территории поселения (городского округа) - комплекс предусмотренных правилами благоустройства территории поселения (городского округа) мероприятий по содержанию территории, а также по проектированию и размещению объектов благоустройства, направленных на обеспечение и повышение комфортности условий проживания граждан, поддержание и улучшение санитарного и эстетического состояния территории.

Таким образом, орган местного самоуправления в рамках полномочий, предоставленных ему Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», вправе определять порядок и возможность размещения конструкций, порядок установки и эксплуатации которых не регулируется Федеральным законом «О рекламе», в соответствующем нормативном акте.

Дополнительно информируем, что размещение рекламы внутри подъездов многоквартирных домов посредством использования технических средств, предназначенных для рекламы, Федеральным законом «О рекламе» не запрещено, и указанный Федеральный закон не содержит специальных требований,

предъявляемых к такой рекламе.

Таким образом, требования статьи 19 Федерального закона «О рекламе» не распространяются на рекламу, размещаемую внутри подъездов многоквартирных домов посредством использования технических средств.

Место для подписи

Д.В. Фесюк

Исп.Большаков Александр Александрович
тел.8(499)755-23-23 вн.088-527