Доклад на Публичные обсуждения правоприменительной практики Кемеровского УФАС России август 2018

1. **С 14.07.2018 вступили в силу изменения в Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».**

 Федеральным законом от 03.07.2018 № 182-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» внесены изменения в Федеральный закон «О рекламе», исключающие проведение антимонопольными органами плановых проверок в сфере рекламы.

 Таким образом, с 14.07.2018 проведение плановых проверок при осуществлении федерального государственного надзора в области рекламы отменяется.

 При этом порядок осуществления антимонопольными органами иных надзорных мероприятий: внеплановых проверок, возбуждения и рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе остается прежним.

 Вместе с тем, указанный Федеральный закон уточняет перечень оснований для проведения внеплановых проверок при организации государственного надзора в сфере рекламы.

 Согласно новой редакции части 4 статьи 35.1 Федерального закона «О рекламе» основаниями для поведения внеплановой проверки являются:

-истечение срока исполнения юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем ранее выданного предписания об устранении выявленного нарушения обязательных требований и (или) требований, установленных муниципальными правовыми актами;

-выявление при проведении мероприятий без взаимодействия с юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями при осуществлении видов государственного контроля (надзора), указанных в частях 1 и 2 статьи 8.1 Федерального закона от 26.12.2008 № 292-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля», параметров деятельности юридического лица, индивидуального предпринимателя, соответствие которым или отклонение от которых согласно утвержденным органом государственного контроля (надзора) индикаторам риска является основанием для проведения внеплановой проверки, которое предусмотрено в положении о виде федерального государственного контроля (надзора);

-приказ (распоряжение) руководителя органа государственного контроля (надзора), изданный в соответствии с поручениями Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и на основании требования прокурора о проведении внеплановой проверки в рамках надзора за исполнением законов по поступившим в органы прокуратуры материалам и обращениям;

-мотивированное представление должностного лица антимонопольного органа по результатам анализа результатов наблюдения за соблюдением обязательных требований при распространении рекламы, рассмотрения или предварительной проверки поступивших в антимонопольный орган обращений и заявлений граждан, в том числе индивидуальных предпринимателей, юридических лиц, информации от органов государственной власти, должностных лиц антимонопольного органа, органов местного самоуправления, из средств массовой информации о фактах нарушения обязательных требований.

 Также подготовлены изменения в часть 9 статьи 19, пункт 2 части 11 статьи 19, часть 14 статьи 19, пункт 1 части 18 статьи 19 Федерального закона «О рекламе», **которые вступят в силу с 01.10.2018**. Данные изменения касаются применения формы электронного документа с использованием единого портала государственных и муниципальных услуг и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг.

1. **Не обошлось без нарушений имущественных прав ФИФА на территории Кемеровской области.**

На прошлых публичных выступлениях я рассказывала об изменениях, вступивших в силу в сфере недобросовестной конкуренции, связанные с соблюдением имущественных прав FIFA в связи со значимым для России событием Чемпионатом мира по футболу, о том, что Право на использование символики FIFA имеют только официальные партнеры и спонсоры и о том, что на территории Кемеровской области по состоянию на 07 июня 2018 года фактов нарушения имущественных прав FIFA не было выявлено.

 Также было озвучено, что в случае выявления фактов нарушения имущественных прав FIFA, подлежащих квалификации по статье 14.8 Федерального закона «О защите конкуренции», антимонопольным органам надлежит незамедлительно возбуждать дела о нарушении антимонопольного законодательства в максимально короткие сроки без выдачи предупреждения.

 **В июле 2018 Кемеровским УФАС России были возбуждены следующие дела, связанные с незаконным использованием символики чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года:**

- 02.07.2018 по заявлению физического лица и результатам проведения проверки наружной рекламы в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Ресторанный дворик» (ИНН 4205288933) было возбуждено дело № 23/А-14.8-2018 по признакам нарушения статьи 14.8 ФЗ «О защите конкуренции» (приказ от 02.07.2018 № 96), выразившегося в использовании символики чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в рекламе, размещенной 28.06.2018 на фасаде здания, расположенного по адресу: г.Кемерово, пр.Шахтеров, 72, над входом в пивной ресторан «FRiDAY» и меню ресторана 29.06.2018, расположенного по адресу: г.Кемерово, бульвар Строителей, 21 без заключения соответствующего договора с FIFA или с уполномоченными организациями FIFA.

16.07.2018 по результатам рассмотрения данного дела Комиссия Кемеровского УФАС России решила признать действия ООО «Ресторанный дворик», выразившиеся в использовании Обществом символики чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в рекламе и меню ресторана «FRiDAY» без заключения соответствующего договора с FIFA или с уполномоченными организациями FIFA нарушением статьи 14.8 ФЗ «О защите конкуренции».

Предписание не выдавалось в связи с добровольным устранением нарушения антимонопольного законодательства.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее по тексту - КоАП РФ), согласно которой недобросовестная конкуренция, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, за исключением случаев, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ и часть 2 настоящей статьи влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцать тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В настоящее время в отношении должностного лица ООО «Ресторанный дворик» возбуждено административное производство, которое находится в стадии рассмотрения, ООО «Ресторанный дворик» приглашен на составление и подписание протокола.

- 02.07.2018 по заявлению физического лица в отношении ИП Барановой И.В. (ИНН 421713859778) было возбуждено дело № 46/Р-2018 по признакам нарушения требований пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»), выразившихся в использовании в рекламе, размещенной на фасаде здания по адресу: г.Новокузнецк, ул. Зыряновская, 72 (около входа в магазин разливного пива) изображения символики чемпионата мира по футболу FIFA 2018 без заключения соответствующего договора с FIFA или с уполномоченными организациями FIFA (в настоящее время дело находится в стадии рассмотрения);

- 04.07.2018 по результатам проведения проверки наружной рекламы в отношении Общества с ограниченной ответственностью «ЕвроПиво» (ИНН 4205211419) было возбуждено дело № 49/Р-2018 по признакам нарушения требований пункта 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», выразившихся в использовании в рекламе, размещенной на торце жилого дома по адресу: г. Кемерово, бульвар Строителей, 35 около входа в магазин «Сеть фирменных магазинов «Бочковое», изображения схожего до степени смешения с товарным знаком от 03.02.2017 № 604446, который является символикой чемпионата мира по футболу FIFA 2018 без заключения соответствующего договора с FIFA или с уполномоченными организациями FIFA (в настоящее время дело находится в стадии рассмотрения);

- 04.07.2018 по результатам проведения проверки наружной рекламы в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Март» (ИНН 4205352177) возбужденно дело № 50/Р-2018 по признакам нарушений пункта 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», выразившихся в использовании в рекламе, размещенной на фасаде здания по адресу: г. Кемерово, проспект Советский, 25, изображения схожего до степени смешения с товарным знаком от 03.02.2017 № 604446, который является символикой чемпионата мира по футболу FIFA 2018, а также с изображением товарного знака от 28.12.2016 № 6000424, который является символикой чемпионата мира FIFA 2018 без заключения соответствующего договора с FIFA или с уполномоченными организациями FIFA. По результатам рассмотрения данного дела вынесено решение о признании ненадлежащей рекламы, размещенной Обществом по вышеуказанному адресу, предписание не выдавалось в связи с добровольным устранением нарушения.

За нарушение вышеуказанных требований законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Март» Кемеровским УФАС России было возбуждено и рассмотрено дело об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и вынесено постановление о выдаче предупреждения;

- 12.07.2018 по результатам проведения проверки наружной рекламы в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Восток-Моторс» (ИНН 4205309510) было возбуждено дело № 53/Р-2018 по признакам нарушения требований пункта 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 -ФЗ «О рекламе», выразившихся в использовании в рекламе, размещенной на здании по адресу: г. Кемерово, ул. Юрия Двужильного, 3 (автосалон «Hyundai») с текстом следующего содержания: «Пройди тест-драйв и получи призы» с изображениями, схожими до степени смешения с символами FIFA 2018 - «волка Забиваки» и «RUSSIA2018», которые являются символикой чемпионата мира FIFA 2018 без заключения соответствующего договора с FIFA или с уполномоченными организациями FIFA.

По результатам рассмотрения Комиссия Кемеровского УФАС России приняла решение производство по делу № 53/Р-2018 прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

 **3. Теперь немного о цифрах (количество обращений, рассмотренных дел, выданных предписаний об устранении нарушений по рекламе):**

- **в первом полугодии 2017г.** - рассмотрено 100 обращений, 51 дело, выдано 28 предписаний (22 исполнено, в том числе 1 выданное в предыдущий период), 15 нарушений устранено в добровольном порядке.

1 решение, предписание было обжаловано, признано законным и обоснованным.

**- за 2017г. -**  рассмотрено 243 обращения, 125 дел, выдано 60 предписаний (57 исполнено, в том числе 1 выданное в предыдущий период), 30 нарушений устранено в добровольном порядке.

2 решения было обжаловано, 1 отменено.

**- в первом полугодии 2018 г.** - рассмотрено 114 обращений, 59 дел, выдано 16 предписаний (19 исполнено, в том числе 4 выданных в предыдущий период), 28 нарушений устранено в добровольном порядке.

2 решения было обжаловано, 1 отменено.

Если сравнивать с первым полугодием 2017г., то количество поступивших в адрес Кемеровского УФАС России обращений, рассмотренных дел в 1 полугодии 2018 г. увеличилось.

Прежде всего, это связано с активностью и не безразличием граждан нашего Кузбасса, которых мы благодарим за помощь.

**Структура нарушений каждый год имеет свои особенности:**

 Наиболее часто встречающиеся нарушения законодательства о рекламе в 1 полугодии 2018г. приходятся на недобросовестную, недостоверную рекламу, в том числе размещение рекламы без соответствующих лицензий, разрешений, а также с отсутствием существенной информации в рекламе финансовых услуг.

**Хотелось бы подробнее остановиться на делах, связанных с размещением наружной рекламы.**

 В 2018 году по части 9 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» Кемеровским УФАС России было возбуждено 15 дел, из них 7 дел рассмотрено, 8 дел находятся в процессе рассмотрения (в 2017 году было рассмотрено 12 дел). Заявления поступили от физических лиц г. Кемерово, г. Киселевска, г. Прокопьевска, г. Новокузнецка, от Комитета градостроительства г. Новокузнецка и Администрации Мариинского муниципального района.

Рекламное законодательство относится к ведению Российской Федерации, поэтому органы местного самоуправления не вправе регулировать отношения связанные с содержанием рекламы.

Однако в их сферу регулирования входят вопросы местного значения, связанные с особенностями распространения наружной рекламы, поскольку они затрагивают правомочия пользования, владения, распоряжения муниципальной собственностью. Поэтому порядок выдачи разрешений на установку рекламной конструкции определяется в нормативных актах органов местного самоуправления.

Органы местного самоуправления, устанавливая порядок выдачи разрешений на установку рекламной конструкции, регулируют вопросы, связанные с установкой технических средств размещения рекламы, а не с содержанием рекламы.

Статья 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - Федеральный закон «О рекламе») устанавливает порядок размещения рекламных конструкций для распространения наружной рекламы.

Отношения в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Федеральным законом «О рекламе».

В соответствии со статьей 4 Федерального закона «О рекламе» законодательство Российской Федерации о рекламе состоит из данного Федерального закона. Отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы могут регулироваться также принятыми в соответствии с приведенным Федеральным законом иными федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации.

Согласно правовой позиции Конституционного Суда Российской Федерации, изложенной в постановлении от 4 марта 1997 года № 4-П, рекламная деятельность является объектом комплексного нормативного правового регулирования. Если те или иные вопросы рекламы выходят за рамки гражданско-правовых отношений, не относятся к основам единого рынка, то есть не являются предметом ведения Российской Федерации, субъекты Российской Федерации могут осуществлять их законодательное регулирование в рамках, определенных Конституцией Российской Федерации. В силу положений статей 130, 132 и 133 Конституции Российской Федерации органы местного самоуправления вправе самостоятельно решать вопросы местного значения, связанные с особенностями распространения наружной рекламы, поскольку они затрагивают правомочия пользования, владения и распоряжения муниципальной собственностью.

В соответствии с частью 4 статьи 7 Федерального закона от 6 октября 2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» муниципальные правовые акты не должны противоречить Конституции Российской Федерации, федеральным конституционным законам, настоящему Федеральному закону, другим федеральным законам и иным нормативным правовым актам Российской Федерации, а также конституциям (уставам), законам, иным нормативным правовым актам субъектов Российской Федерации.

Отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Законом о рекламе.

Федеральным законом от 6 октября 2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» к вопросам местного значения муниципального района и городского округа отнесено утверждение схемы размещения рекламных конструкций, выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории соответствующего муниципального образования, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории муниципального образования, осуществляемые в соответствии с Законом о рекламе (пункт 15.1 статьи 15 и пункт 26.1 статьи 16). Иных полномочий названный федеральный закон органам местного самоуправления в области рекламы не предоставляет.

Вопросы наружной рекламы и установки рекламных конструкций урегулированы статьей 19 Закона о рекламе, которая предусматривает, что установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, управомоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором (пункт 5), а также содержит нормы о полномочиях органов местного самоуправления в названной области общественных отношений:

- устанавливать конкретные сроки договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена (пункт 5),

- заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности на основе торгов, форма которых (аукцион или конкурс) устанавливается представительными органами муниципальных образований (пункт 5.1),

- утверждение схем размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности (пункт 5.8),

- выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и предписаний о демонтаже в случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения (пункт 9),

- определение типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов (подпункт 4 пункта 15),

- принятие решения об аннулировании разрешения (пункт 18).

Иных полномочий в сфере рекламы органам местного самоуправления муниципальных районов и городских округов федеральным законодателем не предоставлено.

Пункт 5.1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» о заключении договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на основе торгов (в форме аукциона или конкурса) содержит четкое предписание органам государственной власти, органам местного самоуправления (уполномоченным ими организациям) проводить торги в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Общие требования к порядку заключения договора по результатам конкурса, организации и проведения конкурса установлены статьями 447 и 448 Гражданского кодекса Российской Федерации, согласно которым в открытом аукционе и открытом конкурсе может участвовать любое лицо (часть 1 статьи 448 поименованного кодекса).

Согласно части 5.8 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации.

Постановлением Коллегии Администрации Кемеровской области от 16.09.2013 № 383 «О согласовании схемы размещения рекламных конструкций и вносимых в нее изменений на территории Кемеровской области» определено, что главное управление архитектуры и градостроительства Кемеровской области является уполномоченным органом по согласованию схемы размещения рекламных конструкций и вносимых в нее изменений на территории Кемеровской области и утвержден Порядок согласования схемы размещения рекламных конструкций и вносимых в нее изменений на территории Кемеровской области.

Пунктом 19 части 1 статьи 48 «Устав города Кемерово» (принят постановлением Кемеровского городского Совета народных депутатов от 24.06.2005 № 253, ред. от 25.12.2017, зарегистрировано в ГУ Минюста РФ по Сибирскому федеральному округу 25.11.2005 № RU423050002005001) к полномочиям Администрации города отнесено утверждение схемы размещения рекламных конструкций, выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории города, осуществляемые в соответствии с Федеральным законом «О рекламе».

 Согласно пункту 1 Постановления администрации г. Кемерово от 23.05.2014 № 1253 «О реализации полномочий администрации города Кемерово в сфере размещения наружной рекламы» уполномоченным органом администрации города Кемерово в сфере размещения наружной рекламы определено Управление городского развития администрации города Кемерово.

 В соответствии с Постановлением администрации г. Кемерово от 23.04.2010 № 32 (ред. от 24.02.2016) «О Положении об управлении городского развития администрации города Кемерово» управление осуществляет:

- оказание муниципальной услуги по выдаче от имени администрации города Кемерово разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Кемерово, аннулированию таких разрешений, выдаче от имени администрации города Кемерово предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории города Кемерово (пункт 3.35).

- осуществляет организацию и проведение торгов, заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности (пункт 3.37).

- осуществляет организацию работы по размещению рекламных конструкций на территории города, выявление фактов самовольной установки рекламных конструкций (пункт 3.38).

- осуществляет организацию демонтажа рекламных конструкций в соответствии с действующим законодательством (пункт 3.39).

- координирует деятельность по разработке схемы размещения рекламных конструкций на территории города Кемерово (пункт 3.40).

- осуществляет функции заказчика работ по внешнему оформлению города, работ по изготовлению, монтажу, демонтажу и текущему содержанию объектов социальной (некоммерческой) рекламы, а также организацию работ, связанных с проведением ремонтов, реконструкций и эксплуатацией объектов внешнего оформления (пункт 3.41).

- определяет дислокацию и организацию размещения социальной рекламы и городской информации (пункт 3.43).

- осуществляет организацию работы по контролю за размещением наружной информации (в том числе, вывесок, указателей, знаково-информационной системы) и ее содержанием на территории города Кемерово (пункт 3.44).

На основании Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», статьи 28 Устава города Кемерово, в целях эффективного использования городской инфраструктуры и имущества, находящегося в муниципальной собственности, при установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Кемерово, Кемеровский городской Совет народных депутатов решил осуществлять заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях и ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, на основе торгов в форме аукциона (пункт 1 Решения Кемеровского городского совета народных депутатов от 31.10.2008 № 158 «Об утверждении формы проведения торгов при заключении договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Кемерово»).

Постановлением администрации г. Кемерово от 15.04.2010 № 29 (ред. от 13.07.2016) «Об утверждении административного регламента предоставления разрешения на установку рекламной конструкции в администрации города Кемерово» утвержден порядок предоставления разрешения, в том числе и проводимые согласования на:

- соответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения схеме территориального планирования или генеральному плану города Кемерово - с управлением архитектуры и градостроительства администрации города Кемерово;

- соответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям к внешнему архитектурному облику сложившейся застройки города Кемерово - с управлением архитектуры и градостроительства администрации города Кемерово;

- соответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального расположения требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта - с управлением государственной инспекции безопасности дорожного движения ГУВД Кемеровской области (за исключением крышных установок и рекламных конструкций, размещенных на стенах и фасадах зданий);

- соответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального расположения требованиям схеме территориального расположения сетей инженерной инфраструктуры в городе Кемерово - с организациями коммунального комплекса, осуществляющими эксплуатацию и обслуживание сетей инженерной инфраструктуры в городе Кемерово (за исключением крышных установок и рекламных конструкций, размещенных на стенах и фасадах зданий). Организации коммунального комплекса, участвующие в согласовании, определяются в соответствии со схемой привязки рекламной конструкции на плане города;

- соответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании при установке рекламной конструкции на объектах культурного наследия и в зонах их охраны - с департаментом культуры и национальной политики Кемеровской области.

Согласно информации, размещенной в системе Консультант Плюс, на территории Кемеровской области утверждены следующие акты, регламентирующие порядок выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций:

- Решение Новокузнецкого городского Совета народных депутатов от 24.12.2013 № 16/198 (ред. от 28.11.2017) «Об утверждении Правил благоустройства территории Новокузнецкого городского округа» (принято городским Советом народных депутатов 24.12.2013);

 - Постановление администрации Новокузнецкого муниципального района от 20.05.2014 № 97 «Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций на территории Новокузнецкого муниципального района»;

 - Постановление Администрации Новокузнецкого муниципального района от 24.12.2014 № 269 об утверждении административного регламента по предоставлению муниципальной услуги «Выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории муниципального образования «Новокузнецкий муниципальный район», аннулирование такого разрешении»;

- Постановление от 19 января 2015 № 02 Администрации Новокузнецкого муниципального района «Об утверждении Положения «О порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций и средств размещения информации на территории муниципального образования «Новокузнецкий муниципальный район»;

- Постановление администрации г. Новокузнецка от 29.06.2017 № 94 «Об утверждении Правил размещения дополнительных элементов и оборудования на зданиях, в том числе многоквартирных домах, строениях, сооружениях на территории Новокузнецкого городского округа»;

- Решение Прокопьевского районного совета народных депутатов от 14.01.2011 № 301 «О порядке распространения наружной рекламы на территории Прокопьевского муниципального района» об утверждении Положения о порядке распространения наружной рекламы на территории Прокопьевского муниципального района;

- Распоряжение Администрации Беловского района от 21.10.2009 № 1403 об утверждении Положения о распространении наружной рекламы и установке рекламных конструкций на территории Беловского района;

- Решение Мариинского районного совета народных депутатов от 22.11.2011 № 69/6 об утверждении положения о размещении средств наружной рекламы на территории Мариинского муниципального района;

 - Решение Кемеровского районного Совета народных депутатов от 26.11.2009 № 367 «Об утверждении Положения о распространении наружной рекламы на территории Кемеровского муниципального района»;

 - Закон Кемеровской области от 16.06.2006 № 89-ОЗ (ред. от 13.07.2018) «Об административных правонарушениях в Кемеровской области» (принят Советом народных депутатов Кемеровской области 31.05.2006), согласно которому нарушение установленных органами местного самоуправления требований к внешнему виду фасадов зданий, строений, сооружений (в ред. Закона Кемеровской области от 14.06.2018 № 36-ОЗ) влечет предупреждение или наложение административного штрафа на эксплуатирующие организации в размере от пяти тысяч до десяти тысяч рублей, на должностных лиц, индивидуальных предпринимателей и юридических лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей (статья 26-2. «Нарушение правил оформления фасадов зданий»)

В связи с вопросами, возникающими при разграничении рекламных конструкций и конструкций, носящих информационный характер, связанными с применением отдельных положений Федерального закона «О рекламе» в частности, статьи 19 данного Закона, и в целях обеспечения единообразных подходов к их разрешению ФАС России на основании пункта 6.3 Положения о Федеральной антимонопольной службе, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 № 331 даны разъяснения в письмах от 30 мая 2016 № АК/36040/16, от 27 декабря 2017 № АК/92163/17,

1. В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федеральный закон «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.

Информация, не отвечающая признакам, содержащимся в указанном понятии рекламы, не может быть признана рекламой, на такую информацию, а также на порядок ее размещения, не распространяются положения Федерального закона «О рекламе».

2. Информация, не содержащая указания на объект рекламирования, к которому направлено внимание и формируется интерес, не признается рекламой.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» под объектом рекламирования понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с частями 1, 3 статьи 455 Гражданского кодекса Российской Федерации товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота. Условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить наименование и количество товара.

Частью 1 статьи 467 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам (ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Таким образом, системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может выступать тот товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке, в том числе в случае размещения такой информации на рекламных конструкциях.

Информация, не содержащая указания на объект рекламирования, в том числе наименования организации, названий товаров (работ, услуг), средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которые позволяют выделить конкретное лицо или конкретный товар среди множества однородных, не направленная на их продвижение на рынке и не формирующая интереса к ним, не является рекламой, поскольку такая информация не содержит объекта рекламирования.

В случае размещения на фасаде торгового объекта или магазина фотографий каких-либо товаров или каких-либо изображений (например, пейзаж, бутылка вина, пивная кружка, какая-либо техника, одежда и т.п.) без индивидуализирующих признаков, характеристики, цены указанных товаров, такие изображения не могут быть признаны рекламными, поскольку не преследуют цели продвижения товара на рынке.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» данный Закон не распространяется на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Так, информация, содержащая выражения «Добро пожаловать», «Въезд 24 часа», «Выезд», «Счастливого пути» и т.п., размещенная на конструкции, в том числе установленной при въезде или выезде на территорию, занимаемую организацией, в случае если такая информация не содержит названия или характеристик товаров, товарных знаков, иных средств индивидуализации товаров, наименования юридических лиц, в том числе организации, на въезде/выезде в которую установлены конструкция, не является рекламой, поскольку такая информация не содержит указания на объект рекламирования, соответственно, требования Федерального закона «О рекламе» на такую информацию не распространяются.

Также не подпадает под понятие рекламы информация, размещаемая на конструкциях-указателях вне места нахождения организации, содержащая сведения о профиле деятельности организации (аптека, кондитерская, ресторан) или ассортименте реализуемых товаров и услуг (хлеб, продукты, мебель) и направление движения и расстояние до такой организации, в случае если такая информация не содержит названия или характеристик товаров, товарных знаков, иных средств индивидуализации товаров, наименования юридических лиц.

3. Информация, обязательная к размещению в силу закона или обычая делового оборота, не признается рекламой.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом.

Кроме того, согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая обязательна к размещению в силу закона или размещается в силу обычая делового оборота.

При этом не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

В соответствии с пунктом 18 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 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, в том числе с использованием товарного знака.

Согласно части 1 статьи 9 Закона Российской Федерации «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. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

Назначение информации такого характера состоит в извещении неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении юридического лица и (или) обозначении места входа.

Указание юридическим лицом своего наименования на вывеске (табличке) по месту нахождения преследует цели, отличные от цели рекламы - привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, и не может рассматриваться как реклама.

С учетом положений пункта 1 статьи 9 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, в том числе выполненного с использованием товарного знака или его части, адреса и режима работы организации относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей», следовательно, такая информация не может рассматриваться в качестве рекламы, независимо от манеры ее исполнения, в том числе в случае размещения такой информации на конструкциях, представляющих собой электронное табло с «бегущей строкой» или подсветкой (постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа от 2 декабря 2015 по делу № А42-8926/2014).

Указание в месте нахождения предприятия коммерческого обозначения, в том числе несовпадающего с наименованием организации, также предназначено для идентификации предприятия (например, магазина) для потребителей и не является рекламой.

Кроме того, указание в месте нахождения организации профиля ее деятельности (аптека, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (хлеб, продукты, мебель, вино, соки), может быть признано обычаем делового оборота, соответственно, на конструкции с такой информацией нормы Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делам № А56-44838/2016, № А43-11863/2013.

Конструкция признается размещенной в месте нахождения организации в случае размещения на фасаде здания непосредственно рядом со входом в здание, в котором находится организация, либо в границах окон помещения, в котором осуществляет свою деятельность соответствующая организация, а также непосредственно над оконными проемами или под оконными проемами такого помещения, либо в пределах участка фасада здания, являющегося внешней стеной конкретного помещения в здании, в котором осуществляет свою деятельность соответствующая организация.

При этом в силу пункта 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» то обстоятельство, что информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, приведена не в полном объеме, само по себе не влечет признания этой информации рекламой.

Так, не является рекламой указание на конструкции в месте нахождения организации только ее наименования без указания адреса и режима работы такой организации или профиля ее деятельности.

Кроме того, с учетом позиции, изложенной в Постановлении Президиума ВАС РФ от 16.04.2013 № 15567/12 по делу № А59-2627/2012, размещение на конструкции на фасаде здания в месте нахождения организации сведений о наименовании общества, номере телефона и/или официальном сайте юридического лица в сети Интернет, если в этой информации не содержится конкретных сведений о товаре, об условиях его приобретения или использования, представляет собой размещение сведений о виде деятельности общества в целях доведения этой информации до потребителей. Такая информация не подпадает под понятие рекламы. Указанный вывод также подтверждается решениями судов по делам № А70-11815/2016, № А51-32939/2013.

Вместе с тем, законодательство, в том числе статья 9 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» не содержит указания на то, что информация о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях и/или скидках или лозунги, слоганы являются обязательными к размещению на вывесках.

Следовательно, конструкции, содержащие информацию о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях и/или скидках, либо различные лозунги, слоганы, либо иную информацию об определенном лице или товаре, не обязательную к размещению, могут быть расценены как вывески, содержащие сведения рекламного характера, и на такие конструкции распространяются требования Федерального закона «О рекламе», в том числе в случае их размещения в месте нахождения организации. Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делам № А28-12028/2016, № А43-17212/2015, № А51-3119/2010, № А51-7177/2009.

Конструкции, содержащие указание на наименование организации, названия товаров (работ, услуг), средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, размещенные на территории, прилегающей к зданию, в котором осуществляет свою деятельность указанная организация, вне зависимости от права собственности на земельный участок, не относятся к размещенной в месте нахождения организации и являются рекламной конструкцией.

К таким конструкциям относятся стелы, пилоны, флагштоки (флаги), стойки, содержащие, в том числе название торгового центра, названия расположенных в торговом центре магазинов, товарные знаки, либо название автосалона, товарные знаки реализуемых автомобилей, размещенные на территории прилегающей к торговому центру, автосалону (в том числе на парковке), поскольку такие конструкции размещаются не в месте нахождения организации (не на здании торгового центра, автосалона). Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делам № А32-627/2016, № А03-17780/2015, № А71-2635/2010-А31, № А71-2636/2010-А25, № А56-70900/2016, № А56-46690/2010.

4. Размещение информационных табло с указанием наименования АЗС, видах оказываемых услуг, экологическом классе и стоимости реализуемого моторного топлива на территории АЗС и при приближении к АЗС, с учетом специфики деятельности указанных объектов, является сложившимся обычаем делового оборота, такие табло рекламой не являются.

По смыслу статьи 13 Федерального закона «О безопасности дорожного движения» органы власти и органы местного самоуправления, юридические и физические лица, в ведении которых находятся автомобильные дороги, принимают меры к обустройству этих дорог объектами сервиса и организуют их работу в целях обеспечения их безопасности, представляют информацию участникам дорожного движения о наличии таких объектов.

Согласно статье 5 Гражданского кодекса Российской Федерации обычаем признается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской или иной деятельности, не предусмотренное законодательством правило поведения, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе.

Автозаправочные станции являются объектами сервиса автомобильных дорог, и информирование водителей о приближении к автозаправочной станции (АЗС) или непосредственно на территории АЗС путем установления стелы или флага со сведениями о наименовании АЗС, видах оказываемых услуг, экологическом классе и стоимости реализуемого моторного топлива (далее - стелы АЗС) является сложившимся обычаем делового оборота в этой сфере предпринимательской деятельности, который соответствует требованиям статьи 13 Федерального закона «О безопасности дорожного движения».

Следовательно, размещение стелы АЗС в непосредственной близости к автомобильной дороге, обеспечивающее безопасность дорожного движения, в целях информирования наравне со знаками сервиса (дорожный знак 7.3 "Автозаправочная станция") о приближении к АЗС (ближайшей по ходу движения автомобиля), является правовым обычаем хозяйствующих субъектов, осуществляющих розничную реализацию нефтепродуктов, и не является рекламой.

Размещение сведений об АЗС иными способами может рассматриваться в качестве рекламы.

Указанная позиция также изложена в решении Президиума ФАС России от 05.02.2014 № 1-4/5-1 и подтверждается решениями судов по делам № А43-14816/2016, № А43-14818/2016, № А56-64272/2013.

5. Информация о продукции и об услугах в меню, прейскурантах обязательна для доведения до потребителей и не относится к рекламе.

В соответствии с пунктами 12 и 13 Правил оказания услуг общественного питания, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 15.08.2007 № 1036, исполнитель обязан в наглядной и доступной форме довести до сведения потребителей необходимую и достоверную информацию об оказываемых услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора. При этом информация о продукции и об услугах доводится до сведения потребителей посредством меню, прейскурантов или иными способами, принятыми при оказании таких услуг.

Таким образом, с учетом положений пунктов 2 и 5 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе», меню организации общественного питания (кафе, ресторана и т.п.), размещенное на фасаде здания, в том числе на конструкции, размещенной на фасаде здания, в котором осуществляет свою деятельность соответствующая организация, рекламой не является, и требования законодательства о рекламе на информацию, размещенную в нем, не распространяются.

Конструкция, содержащая указание на наименование организации и меню, прейскурант, размещенная на территории, на которой в силу особенностей деятельности организации непосредственно происходит продажа товаров, оказание услуг, в том числе при обслуживании потребителей организации общественного питания на автомобилях, относится к размещенным в месте осуществления организацией деятельности и не подпадает под понятие рекламной конструкции. Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делу № А56-43492/2016.

Вместе с тем, размещение на конструкции информации об одном или нескольких блюдах, товарах, входящих в меню организации общественного питания, в том числе наименование, изображение такого блюда, товара, описание его составляющих, цена, направлено на привлечение внимания и формирования интереса к отдельным товарам, их выделению из группы однородных товаров. Следовательно, указанная информация является рекламой и должна соответствовать требованиям Федерального закона «О рекламе». Размещение конструкции с такой информацией на фасаде здания или вне здания осуществляется с учетом положений статьи 19 Федерального закона «О рекламе». Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делу № А56-59116/2013.

6. Информация, содержащая информационно-справочные сведения, не признается рекламой.

Согласно пункту 3 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» данный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Конструкция с изображением в виде креста, размещенная на здании, в котором осуществляет свою деятельность аптека, не может быть признана рекламой, поскольку размещается в качестве указания профиля деятельности организации и не содержит указания на конкретный товар или лицо, как объект рекламирования.

Цель данного носителя информации заключается в обеспечении быстрого оперативного поиска потребителем этого места, но не в формировании интереса, привлечении внимания к конкретной организации и продаваемым ей товарам. Конструкция с изображением в виде креста несет общую информацию для потребителя о том, что рядом находится аптечная организация. Указанная позиция также подтверждается решениями судов по делу № А40-34713/12-139-321.

Кроме того, отдельные нормативные акты субъектов Российской Федерации предусматривают размещение креста в качестве наружного оформления аптеки. Так, например, такое требование предусмотрено в пункте 3.1 Положения об организации информационной работы в аптеках, утвержденного Приказом Комитета фармации г. Москвы от 15.04.1997.

Соответственно, на указанные конструкции с изображением в виде креста, положения Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Информация о продаже или аренде помещения с указанием номера телефона, размещенная на здании непосредственно в месте нахождения помещения, в том числе с помощью конструкций, является объявлением, в случае если она размещена непосредственно на внешней стене помещения (в пределах окон помещения, занимаемого организацией), сдающегося в аренду. Такое объявление предназначено для информирования о статусе указанного помещения, не подпадает под понятие рекламы, поскольку служит целям информирования о возможности продажи или аренды помещений в конкретном здании и носит справочно-информационный характер. На такую информацию положения Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Не признается рекламой информация учреждений культуры по профилю их деятельности, распространяемая на зданиях, в случае, если данные организации осуществляют деятельность в указанных зданиях, а также на городских средствах информации, специально предназначенных для данных целей, в том числе информация о репертуарах театров и кинотеатров (театральные афиши и киноафиши), поскольку указанная информация носит справочно-информационный характер и имеет своей целью информирование граждан о проводящихся культурных мероприятиях. Требования Федерального закона «О рекламе» на такую информацию не распространяются. Конструкции, на которых размещается указанная информация, не являются рекламными конструкциями в соответствии с понятием, закрепленным статьей 19 Федерального закона «О рекламе», и на порядок размещения таких конструкций не распространяются требования статьи 19 Федерального закона «О рекламе». Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делу № А71-10779/2015.

7. При оценке информации на предмет ее отнесения к вывеске или рекламе необходимо руководствоваться как содержанием такой информации, так и всеми обстоятельствами ее размещения.

При решении вопроса о размещении на здании обязательной для потребителей в силу закона или обычая делового оборота информации (вывеска) или рекламы, следует принимать во внимание целевое назначение и обстоятельства размещения такой информации на здании.

Если целевым назначением сведений о наименовании организации и виде ее деятельности не является информирование о месте входа в организацию или месте нахождения организации (в том числе с учетом помещения, занимаемого организацией в здании), то такие сведения могут быть квалифицированы как реклама. Обстоятельства размещения таких сведений подлежат дополнительной оценке.

Так, если организация занимает все многоэтажное здание, то размещение крышной установки с информацией о ее наименовании, а также иной обязательной в силу закона информации, не может рассматриваться как реклама данной организации, поскольку такая информация направлена на информирование о месте нахождения данного юридического лица. Однако если организация занимает лишь часть многоэтажного здания, то размещение крышной конструкции рассматривается как реклама данной организации. Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делам № А82-1685/2007-11, № А70-8499/10-2006.

Крышная конструкция, размещающаяся на торговом центре в виде указания названия данного торгового центра, не содержит рекламу и рекламной конструкцией не является, требования Федерального закона «О рекламе» на такую конструкцию не распространяются. Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делам № А24-1885/2010, № А65-20834/2010.

Кроме того, конструкции с наименованиями организаций, размещенные на фасаде торгового центра или офисного здания, где указанные организации осуществляют хозяйственную деятельность, призваны информировать о месте нахождения таких организаций и признаются размещенными в месте нахождения организаций. Соответственно, такие конструкции рекламными не являются и требования Федерального закона «О рекламе» на них не распространяются.

8. Реклама, распространяющаяся не на технических средствах стабильного территориального размещения, не относится к распространяющейся на рекламных конструкциях.

Согласно части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» к рекламным конструкциям относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционное и иное предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности оборудование, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктах движения общественного транспорта.

Соответственно, статья 19 Федерального закона «О рекламе» определяет порядок размещения не любой наружной рекламы, а распространяемой с помощью рекламных конструкций, то есть с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктах движения общественного транспорта.

В случае размещения рекламы на здании с помощью краски или наклейки плакатов, пленки в том числе на внутренних или внешних окнах, отсутствуют технические средства стабильного территориального размещения, соответственно, распространение такой рекламы не подпадает под регулирование статьи 19 Федерального закона «О рекламе». Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делам № А43-18168/2015, № А53-23726/2015, № А32-15142/2014, № А08-4142/2013, № А32-9794/2015.

Кроме того, к техническим средствам стабильного территориального размещения не относятся выносные штендеры, поскольку они являются переносными конструкциями, устанавливаемыми чаще всего на часть дня на улице (тротуаре) рядом с определенной организацией. Такие штендеры не подпадают под понятие рекламной конструкции, закрепленное в статье 19 Федерального закона «О рекламе», и на их установку не распространяются требования статьи 19 Федерального закона «О рекламе», в частности положение о получении разрешения органа местного самоуправления на его размещение. Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делам № А71-1732/2016, № А40-78651/14, № А29-8667/2011.

9. Из пункта 17 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что в случае аннулирования разрешения на установку рекламной конструкции или признания его недействительным владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому такая конструкция присоединена, обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца и удалить размещенную на ней информацию в течение трех дней (часть 21 статьи 19 Закона о рекламе).

При применении данной нормы судам следует исходить из того, что демонтаж элементов рекламной конструкции не может считаться надлежащим способом исполнения обязанности, предусмотренной частью 21 статьи 19 Закона о рекламе, в том случае, если собственником недвижимого имущества или уполномоченным органом было заявлено требование о полном демонтаже конструкции, включая элементы крепежа.

Пунктом 18 данного Постановления Пленума ВАС РФ установлено, что согласно частям 9 и 10 статьи 19 Закона о рекламе установка рекламной конструкции допускается при наличии разрешения на ее установку, выданного органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществить установку рекламной конструкции. При отсутствии такого разрешения установка рекламной конструкции является самовольной.

При рассмотрении споров судам необходимо исходить из того, что не может быть признана самовольной установка рекламной конструкции, разрешение на осуществление которой впоследствии было аннулировано, признано недействительным или срок его действия истек.

Согласно пункту 19 данного Постановления ВАС РФ исходя из части 9.3 статьи 19 Закона о рекламе лицо, которому выдано разрешение на установку рекламной конструкции, обязано уведомлять орган местного самоуправления, выдавший данное разрешение, обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении этой рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).

Судам надлежит учитывать, что указанное правило распространяется также и на случаи перехода права собственности на рекламную конструкцию.

При этом ввиду отсутствия в законодательстве соответствующего регулирования смена собственника рекламной конструкции не приводит к перемене лиц в обязательстве из договора на установку рекламной конструкции в силу закона, однако с согласия собственника вещи, к которой прикреплена рекламная конструкция, может быть осуществлена замена стороны в указанном договоре (по правилам о перенайме (статья 615 ГК РФ)).

В этом случае у нового собственника рекламной конструкции не возникает обязанности переоформить разрешение на ее установку либо получить новое разрешение, в том числе и тогда, когда по соглашению новых участников в период действия старого разрешения заключен новый договор в отношении данной рекламной конструкции.

В то же время с учетом природы административной ответственности ответственность за административное правонарушение несет то лицо, которое являлось собственником рекламной конструкции на момент совершения соответствующего административного правонарушения.

 В силу части 21 статьи 19 Закона о рекламе в случае аннулирования разрешения на установку рекламной конструкции или признания его недействительным владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому такая конструкция присоединена, обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции (пункт 20 Постановления ВАС РФ).

Применяя указанную норму, суды должны исходить из того, что под владельцем рекламной конструкции понимается ее фактический владелец. При этом не имеет значения, кому выдавалось разрешение на установку соответствующей рекламной конструкции.

При неисполнении обязанности по демонтажу рекламной конструкции требование о ее принудительном демонтаже должно быть предъявлено к владельцу либо к собственнику соответствующей конструкции, а при невозможности установления этих лиц - к собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, на котором размещена рекламная конструкция.

Часть 22 статьи 19 Закона о рекламе в качестве общего правила предусматривает судебный порядок обязания лица демонтировать рекламную конструкцию. Исключение из этого правила установлено частью 10 статьи 19 Закона о рекламе, допускающей демонтаж самовольно установленной рекламной конструкции без судебной процедуры на основании предписания органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа, на территориях которых установлена рекламная конструкция.

Из взаимосвязанного толкования указанных норм следует, что в случаях, когда обязанность демонтировать рекламную конструкцию возникла в связи с аннулированием разрешения, признанием его недействительным или истечением срока его действия, должен применяться судебный порядок демонтажа рекламной конструкции.

При этом расходы по демонтажу самовольно установленной рекламной конструкции подлежат взысканию с лица, ее установившего, а при его отсутствии - с лица, осуществляющего непосредственную эксплуатацию такой конструкции (пункт 21 Постановления ВАС РФ).

Пунктом 105 статьи 333.33 Налогового кодекса Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 04.06.2018, с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2018) установлено, что за выдачу разрешения на установку рекламной конструкции уплачивается государственная пошлина в размере - 5 000 рублей.

По результатам рассмотрения 7 дел Кемеровским УФАС России были вынесены решения о признании хозяйствующих субъектов нарушивших часть 9 статьи 19 ФЗ «О рекламе», предписания не выдавались, материалы по делам направлены в полицию для возбуждения административного производства по статье 14.37 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Примеры,

1. В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило заявление Администрации Мариинского муниципального района о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы без разрешения органов местного самоуправления на территории г.Мариинска.

По результатам рассмотрения заявления Кемеровским УФАС России было установлено следующее.

По адресам: г.Мариинск, ул.Ленина, 53; ул.50 Лет Октября, 82; ул.Котовского, 92а, размещены рекламные конструкции с рекламой следующего содержания: «Мир пива Цены от местных производителей напитки от 50 р закуски от 30 р».

 В адрес Кемеровского УФАС России от Администрации Мариинского муниципального района поступила копия предписания о демонтаже рекламных конструкций по адресам: г.Мариинск, ул.Ленина, 53; ул.50 Лет Октября, 82; ул.Котовского, 92а с отметкой о выполнении данного предписания.

Комиссия Кемеровского УФАС России признала Индивидуального предпринимателя нарушившим требования части 9 статьи 19 ФЗ «О рекламе при распространении наружной рекламы по адресам: г. Мариинск, ул. 50 лет Октября, 82 (период сентябрь-октябрь 2017г.), г. Мариинск, ул. Котовского, д. 92а (период октябрь-ноябрь 2017г.), г. Мариинск, ул. Ленина, д. 53 (период ноябрь-декабрь 2017г.) без разрешения органов местного самоуправления. Предписание не выдавалось, в связи с устранением нарушения.

 Материалы дела были переданы для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статей 14.37 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отдел МВД России по Мариинскому району по подведомственности.

1. В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило заявление Администрации Мариинского муниципального района о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы без разрешения органов местного самоуправления на территории г.Мариинска.

По результатам рассмотрения заявления Кемеровским УФАС России было установлено следующее.

Рекламная конструкция ООО МКК «Простоденьги» следующего содержания «ФИНТЕРРА федеральная финансовая компания ООО «ПростоДЕНЬГИ», 650000, г.Кемерово, пр.Советский, 2/7-202, ОГРН 1114205007443 / Свидетельство № 651303532002603…»размещена вне места нахождения ООО МКК «Простоденьги» (г.Мариинск, ул. Ленина, 26), данная конструкция была размещена между домами ул. Ленина, 26 и ул. Ленина, 28 (г.Мариинск в период с 26.12.2017 по 22.01.2018) на ограждении, следовательно, на такую информацию распространяются положения части 9 статьи 19 ФЗ «О рекламе».

Комиссия Кемеровского УФАС России признала общество с ограниченной ответственностью Микрокредитная компания «Простоденьги» нарушившим требования части 9 статьи 19 ФЗ «О рекламе» при распространении наружной рекламы между домами ул. Ленина, 26 и ул. Ленина, 28 (г. Мариинск, в период с 26.12.2017 по 22.01.2018) на ограждении без разрешения органов местного самоуправления. Предписание не выдавалось, в связи с устранением нарушения.

 Материалы дела были переданы для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статей 14.37 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отдел МВД России по Мариинскому району по подведомственности.

1. В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило заявление Администрации Мариинского муниципального района о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы без разрешения органов местного самоуправления на территории г.Мариинска.

По адресу: г.Мариинск, ул. Ленина, 39, размещена рекламная конструкция с рекламой следующего содержания: «DNS Dpay техника для дома … www.dns-shop.ru» с изображением предметов бытовой техники.

Комиссия Кемеровского УФАС России признала ООО «ДНС Ритейл» нарушившим требования части 9 статьи 19 ФЗ «О рекламе при распространении рекламной конструкции по адресу: г.Мариинск, ул. Ленина, 39, без разрешения органа местного самоуправления на территории г. Мариинска.

Предписание не выдавалось, в связи с устранением нарушения.

 Материалы дела были переданы для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статей 14.37 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отдел МВД России по Мариинскому району по подведомственности.