



Государственное бюджетное учреждение Самарской области
«Центр размещения рекламы»

Правовое регулирование в сфере установки и эксплуатации рекламных конструкций



Нормативные правовые акты, регулирующие отношения в сфере рекламы

1. Федеральное законодательство

- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
- Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
- ГОСТ Р 52044-2003 «наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений».



2. Региональное законодательство

- Закон Самарской области от 29.12.2014 года N 134-ГД «О перераспределении полномочий между органами местного самоуправления и органами государственной власти Самарской области в сферах градостроительной деятельности и рекламы на территории Самарской области»;
- Закон Самарской области от 11.11.2013 № 101-ГД «Об установлении предельных сроков, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Самарской области»;
- Постановление правительства Самарской области от 20.06.2007 г. № 79 «Об утверждении положения о министерстве имущественных отношений Самарской области»;
- Приказ министерства имущественных отношений Самарской области от 27.12.2016 № 2254 «Об утверждении административного регламента министерства имущественных отношений самарской области по предоставлению государственной услуги «Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории самарской области»;
- Постановление правительства Самарской области от 16.02.2015 № 70 «Об утверждении порядка осуществления демонтажа рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых на территории самарской области с нарушением требований Федерального закона «О рекламе».



3. Муниципальные нормативные правовые акты городского округа Тольятти

- Решение Думы городского округа Тольятти Самарской области от 04.07.2018 № 1789 «О правилах благоустройства территории городского округа Тольятти»;
- Постановление Мэрии городского округа Тольятти от 10.07.2015 № 2183-П/1 «Об утверждении требований к рекламным конструкциям, допустимым к установке на территории городского округа Тольятти».

4. Разъясняющие письма ФАС

- Письмо ФАС России от 27.12.2017 № АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама».



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.

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.

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.



Государственное бюджетное учреждение Самарской области

«Центр размещения рекламы»

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.

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).



Вывеска - информация, не содержащая указания на объект рекламирования, к которому направлено внимание и формируется интерес, не признается рекламой.

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.



Государственное бюджетное учреждение Самарской области

«Центр размещения рекламы»

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.

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.



Государственное бюджетное учреждение Самарской области

«Центр размещения рекламы»

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.

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

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.



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.

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.



Государственное бюджетное учреждение Самарской области

«Центр размещения рекламы»

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.



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

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.



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.

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, не подпадающих под понятие рекламных конструкций, указанное в статье 19 Федерального закона «О рекламе», на фасадах зданий, строений, сооружений и вне их, исходя из их размеров, типов и видов конструкций, их количества, в соответствующем нормативном акте.



Государственное бюджетное учреждение Самарской области
«Центр размещения рекламы»

Спасибо за внимание!