

РЕШЕНИЕ

по делу № 12-03-19-02/711

«29» декабря 2012 г.
Волгоград

г.

Резолютивная часть решения оглашена «27» декабря 2012 г.

Решение изготовлено в полном объеме «29» декабря 2012 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии - Никуйко Ирина Борисовна, заместитель
руководителя Управления;

Член Комиссии – Алимova Елена Владимировна, заместитель начальника отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

Член Комиссии – Булах Дарья Александровна, государственный инспектор отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

Член Комиссии – Тынянкина Анна Александровна, государственный инспектор отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 12-03-19-02/711 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по заявлению ООО «Регионфинанс» с жалобой на нарушение требований **ч. 1 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»)**,

с участием:

- представителя Департамента по рекламе администрации Волгограда Попкова С.А. (доверенность от 24.12.2012 г. № 622/001-07, личность удостоверена по паспорту);

- представителя Администрации Волгограда Чулкова Н.И. (доверенность от 14.12.2012 г. № 05-ид/195, личность удостоверена по паспорту),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области

поступило заявление (исх. № 54 от 21.09.2012 г.) ООО «Регионфинанс» с просьбой провести проверку соответствия п.18 Приложения 1 к Порядку выдачи разрешений на установку рекламных конструкций в Волгограде, утв. Постановлением Администрации города Волгограда от 27.09.2006 г. № 2455, действующему законодательству Российской Федерации о рекламе.

Заявитель указал, что применение к размещению выносных нестационарных щтендеров общих требований по размещению рекламных конструкций противоречит законодательству Российской Федерации о рекламе.

Часть 1 статьи 19 ФЗ «О рекламе» устанавливает, что распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), 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 рекламораспространителем, с соблюдением требований настоящей статьи.

Согласно п. 18 Приложения 1 к Порядку выдачи разрешений на установку рекламных конструкций в Волгограде, утв. Постановлением Администрации города Волгограда от 27.09.2006 г. № 2455, к типам рекламных конструкций, которые могут устанавливаться и эксплуатироваться на территории г. Волгограда отнесены, в том числе, «выносные щитовые конструкции (щтендеры) - бесфундаментные рекламные конструкции, размещаемые юридическими или физическими лицами в непосредственной близости от помещений (территорий), занимаемых данными лицами для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности в часы их работы».

Указанным пунктом также установлены требования к щтендерам: «Щтендеры должны быть двусторонними, не должны иметь собственного подсвета, площадь одной стороны не должна превышать 1,2 кв. м. Щтендеры размещаются в пешеходных зонах и на тротуарах в пределах 2 м от входа в помещение, занимаемое владельцем рекламной конструкции для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности. Запрещается установка щтендеров, мешающих проходу пешеходов, при ширине тротуара менее 3 м, а также ориентированных на восприятие с проезжей части, либо на расстоянии менее 5 м от бровки земляного полотна автомобильной дороги (бордюрного камня). Щтендеры должны иметь надежную конструкцию, исключающую возможность опрокидывания. Запрещается присоединение или прикрепление щтендера к зеленым насаждениям, иным природным объектам либо к световым опорам, столбам, светофорам и иным объектам, не принадлежащим владельцу рекламной конструкции на праве собственности, хозяйственного ведения, оперативного управления или ином вещном праве».

Согласно Письму ФАС России от 15.05.2012 г. № АК/14984 «О порядке размещения рекламы на щтендерах», по смыслу указанной части статьи 19 Федерального закона «О рекламе», к рекламным конструкциям, размещение которых регулируется данной статьей, относятся технические средства стабильного территориального размещения, к которым выносные щтендеры не относятся.

Соответственно, требования [статьи 19](#) Федерального закона «О рекламе», в частности положения о получении разрешения органа местного самоуправления на его размещение, а также положения, касающиеся порядка заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по результатам проведения торгов, не применяются к выносным штендерам.

Однако в случае, если штендер располагается стационарно, то есть прочно связан с землей, зданиями, объектами недвижимого имущества) и не предназначен для перемещения, такой штендер может быть признан рекламной конструкцией и, соответственно, его размещение должно осуществляться с учетом требований [статьи 19](#) Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, при рассмотрении заявления ООО «Регионфинанс», специалистами Волгоградского УФАС России было выявлено, что п. 18 Приложения 1 к Порядку выдачи разрешений на установку рекламных конструкций в Волгограде, утв. Постановлением главы Волгограда от 27.09.2006 г. № 2455, содержит признаки нарушения ч. 1 ст. 19 ФЗ «О рекламе».

27 ноября 2012 года было возбуждено дело № 12-03-19-02/711 по признакам противоречия п. 18 Приложения 1 к Порядку выдачи разрешений на установку рекламных конструкций в Волгограде, утв. Постановлением главы Волгограда от 27.09.2006 г. № 2455, части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» в отношении Администрации Волгограда.

В ходе рассмотрения данного дела, по ходатайству Администрации Волгограда, в качестве заинтересованного лица был привлечен Департамент по рекламе администрации Волгограда.

По существу выявленного нарушения Администрация Волгограда на рассмотрении данного дела представила письменные объяснения, в которых сообщалось следующее:

1. Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама - 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.

2. В части 1 статьи 19 ФЗ «О рекламе» определены разновидности средств, с помощью которых распространяется наружная реклама: с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения.

3. Исходя из содержания статьи 19 ФЗ «О рекламе» понятием «рекламная конструкция» охватываются все виды размещения наружной рекламы, указанные в части 1 статьи 19 данного Федерального закона, и данный перечень носит открытый характер в отношении любых технических средств стабильного территориального размещения.

4. Законодательство о рекламе не содержит расшифровки термина «средство стабильного территориального размещения». Вместе с тем, спорные технические

средства (штендеры), как правило, представляют собой два щита скрепленных металлическим каркасом и обладают признаками рекламной конструкции, поскольку размещается с целью распространения наружной рекламы.

5. Данная позиция соотносится со сложившейся судебной практикой арбитражных судов, в том числе в Поволжском округе, в частности Постановление ФАС Поволжского округа по делу № А55-10268/2009 и Определение ВАС РФ по тому же делу.

Таким образом, Администрация Волгограда не согласна с нарушением ч. 1 ст. 19 ФЗ «О рекламе».

Устно представитель Администрации Волгограда на заседании Комиссии пояснил, что штендеры являются стабильными рекламными конструкциями.

Представитель Департамента по рекламе администрации Волгограда устно на заседании Комиссии пояснил, что штендеры являются стабильными щитовыми рекламными конструкциями, так как имеют признаки постоянного размещения (каждый день, в течение длительного времени).

Комиссия по рассмотрению дела № 12-03-19-02/711, изучив материалы дела, исследовав доказательства и выслушав доводы сторон по обстоятельствам, послужившим основанием для возбуждения дела, пришла к следующим выводам.

Согласно ч. 1 ст. 19 ФЗ «О рекламе», распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), 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 рекламораспространителем, с соблюдением требований настоящей статьи.

Согласно п. 18 Приложения 1 к Порядку выдачи разрешений на установку рекламных конструкций в Волгограде, утв. Постановлением Администрации города Волгограда от 27.09.2006 г. № 2455, к типам рекламных конструкций, которые могут устанавливаться и эксплуатироваться на территории г. Волгограда отнесены, в том числе, «выносные щитовые конструкции (штендеры) - бесфундаментные рекламные конструкции, размещаемые юридическими или физическими лицами в непосредственной близости от помещений (территорий), занимаемых данными лицами для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности в часы их работы».

Согласно Письму ФАС России от 15.05.2012 г. № АК/14984 «О порядке размещения рекламы на штендерах», по смыслу указанной части статьи 19 Федерального закона «О рекламе», к рекламным конструкциям, размещение которых регулируется данной статьей, относятся технические средства стабильного территориального размещения, к которым выносные штендеры не относятся.

Соответственно, требования статьи 19 Федерального закона «О рекламе», в частности положения о получении разрешения органа местного самоуправления

на его размещение, а также положения, касающиеся порядка заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по результатам проведения торгов, не применяются к выносным штендерам.

Однако в случае, если штендер располагается стационарно, то есть прочно связан с землей, зданиями, объектами недвижимого имущества и не предназначен для перемещения, такой штендер может быть признан рекламной конструкцией и, соответственно, его размещение должно осуществляться с учетом требований [статьи 19](#) Федерального закона «О рекламе».

Отнесение выносных штендеров к рекламным конструкциям, для размещения которых требуется разрешение органа местного самоуправления, ущемляет интересы хозяйствующих субъектов, размещающих рекламу на таких конструкциях, накладывая на них обязанность проходить процедуру согласования, уплачивать денежные средства за размещение, а в случае выявления «несанкционированного» размещения уплачивать штрафы.

В материалах данного дела имеется копия постановления о назначении административного наказания от 05.09.2012 г. № 1/1-12/668, вынесенное в отношении ООО «Регионфинанс» за установку штендера без разрешительной документации.

Комиссией не принимается довод представителей Администрации Волгограда и Департамента по рекламе администрации Волгограда о том, что выносной штендер является рекламной конструкцией стабильного территориального размещения и при этом под стабильностью понимается постоянный характер размещения (по времени - не эпизодически, а изо дня в день).

Комиссия, проанализировав положения части 1 статьи 19 ФЗ «О рекламе», приходит к выводу, что под стабильностью понимается закреплённость, жесткая привязка к объектам недвижимости (крышам, стенам и т.п.). Между тем, выносные нестационарные штендеры могут перемещаться, они не привязаны прочно к земле, зданиям, объектам недвижимого имущества и следовательно не являются рекламными конструкциями стабильного территориального размещения.

Комиссия проанализировала представленную сторонами арбитражную судебную практику. Однако считает ссылку на данную практику несостоятельной, поскольку в предмет оценки арбитражными судами не включался вопрос о том, являются ли штендеры рекламными конструкциями стабильного территориального размещения.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что п. 18 Приложения 1 к Порядку выдачи разрешений на установку рекламных конструкций в Волгограде, утв. Постановлением главы Волгограда от 27.09.2006 г. № 2455, противоречит ч. 1 ст. 19 ФЗ «О рекламе».

Согласно п. 2 ч. 2 ст. 33 ФЗ «О рекламе», антимонопольный орган вправе выдавать федеральным органам исполнительной власти, органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления обязательные для исполнения предписания об отмене или изменении актов, изданных ими и противоречащих законодательству Российской Федерации о рекламе.

Основания для прекращения данного дела отсутствуют.

Руководствуясь пунктом 2 части 1, частью 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 37 – 42, 46 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать не соответствующим законодательству Российской Федерации о рекламе пункт 18 Приложения 1 к Порядку выдачи разрешений на установку рекламных конструкций в Волгограде, принятого Постановлением главы Волгограда от 27.09.2006 г. № 2455, поскольку данный пункт противоречит части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать Администрации Волгограда предписание об изменении противоречащего законодательству Российской Федерации о рекламе акта органа местного самоуправления.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.