

## РЕШЕНИЕ

21 мая 2014 года г. Челябинск

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

председатель Комиссии: Л.Н. Галичина – заместитель руководителя - начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

члены Комиссии: Н.В. Соболев – ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

И.П. Баранова – ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 53-2014, возбужденное по признакам нарушения части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» по факту несоответствия законодательству Российской Федерации о рекламе подпункта 4 пункта 22 раздела 4 Положения о порядке распространения наружной рекламы и информации в городе Челябинске, утвержденного решением Челябинской городской Думы от 10 декабря 2013 года № 46/27,

в отсутствие представителя Администрации города Челябинска, надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения дела и не заявившей ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие её представителя,

### УСТАНОВИЛА:

Решением Челябинской городской Думы от 10 декабря 2013 года № 46/27 утверждено Положение о порядке распространения наружной рекламы и информации в городе Челябинске (далее - Положение), которым в перечень видов рекламных конструкций включены временные выносные рекламные конструкции (штендеры).

В силу подпункта 4 пункта 22 раздела 4 «Виды рекламных конструкций» Положения временные выносные рекламные конструкции (штендеры) – рекламные конструкции, которые могут выноситься только на время работы организации и размещаться в пределах 5 метров от входа в организацию, либо в пределах пешеходной зоны (при ширине не менее 2 метров). Высота выносной рекламной конструкции не должна превышать 1,3 метра.

Проверка Решения Челябинской городской Думы от 10 декабря 2013 года № 46/27 показала, что Положение в части включения в перечень видов рекламных

конструкций временные выносные рекламные конструкции (штендеры) содержит признаки нарушения части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

Челябинским УФАС России 30 апреля 2014 года возбуждено дело по признакам нарушения рекламного законодательства в отношении Администрации города Челябинска, поскольку Положение и решение Челябинской городской Думы от 10 декабря 2013 года № 46/27 подписаны главой города С.И. Мошаровым, он же является Председателем городской Думы.

Представитель Администрации города Челябинска на рассмотрение дела не явился, письменные объяснения по факту нарушения части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» не представил. В почтовом уведомлении о вручении Администрации города Челябинска определения о возбуждении дела указано, что оно получено 12 мая 2014 года.

Рассмотрение материалов приводит Комиссию к следующим выводам.

В соответствии с частью 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» распространение наружной рекламы с использованием щитов, стенов, 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 рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи.

По смыслу указанной части 1 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.

В Толковом словаре под редакцией Ожегова С.И. и Шведова Н.Ю., размещенном на Интернет-сайте <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/231690> под стабильностью понимается что-либо прочное, устойчивое, постоянное.

С учетом указанного смыслового значения выносные штендеры не обладают указанными признаками, поскольку не находятся постоянно и неизменно в одном и том же месте, их установка территориально каждый раз может видоизменяться. Также они не находятся на одном и том же месте и во временном понимании, поскольку устанавливаются только на время работы того объекта, который они рекламируют. В то время как рекламные конструкции, имеющие стабильное территориальное размещение, неизменно находятся в одном и том же месте и весь временной период с момента его монтажа и до момента демонтажа.

Таким образом, штендер не является рекламной конструкцией и подпункт 4 пункта 22 раздела 4 Положения противоречит части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

В силу пункта 48 Положения установка рекламных конструкций на территории

города Челябинска допускается при наличии разрешения, выданного Управлением наружной рекламы и информации Администрации города Челябинска.

Отнесение выносных щтендеров к рекламным конструкциям, для размещения которых требуется разрешение органа местного самоуправления, ущемляет права хозяйствующих субъектов, размещающих рекламу на таких конструкциях, поскольку создает необоснованное препятствование осуществлению их деятельности ввиду установления дополнительных требований, не предусмотренных действующим законодательством, в частности в форме получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 33 Федерального закона «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.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать не соответствующим законодательству Российской Федерации о рекламе подпункт 4 пункта 22 раздела 4 Положения о порядке распространения наружной рекламы и информации в городе Челябинске, утвержденного Решением Челябинской городской Думы от 10 декабря 2013 года № 46/27, поскольку данный подпункт противоречит части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать Администрации города Челябинска предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 27 мая 2014 года.

Председатель Комиссии

Л.Н. Галичина

Члены Комиссии

Н.В. Соболев

И.П. Баранова