

Правовые аспекты размещения рекламы

В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» под **рекламой** понимается 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.

Объект рекламирования – товар (в том числе работа, услуга), 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.

[ст.3 Федерального закона № 38-ФЗ](#)



Не признается рекламой:

1. информация, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;
2. 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 рекламой¹;
3. вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;
4. объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;
5. информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке;
6. любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару;
7. упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера.

[ч. 2 ст. 2 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

¹ **Социальная реклама** - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства ([ст. 3 Федерального закона № 38-ФЗ](#))

Важно знать!

1. Не следует рассматривать в качестве рекламы 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 (п. 12 [Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58](#) «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», письмо ФАС России от 27.12.2017 № АК/92163/17).
2. Общие требования к рекламе [установлены ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ](#).
3. В случае если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация **считается отсутствующей**, а соответствующая **реклама ненадлежащей** в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (п. 28 Пленума ВАС РФ).

Не допускается реклама:

1. товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации;
2. наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров², растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, и их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры;
3. взрывчатых веществ и материалов, за исключением пиротехнических изделий;
4. органов и (или) тканей человека в качестве объектов купли-продажи;
5. товаров, подлежащих государственной регистрации, в случае отсутствия такой регистрации;
6. товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия, а также работ или услуг по оценке (подтверждению) соответствия, в том числе по приему и рассмотрению документов, необходимых для выполнения указанных работ и (или) оказания услуг, осуществляемых лицами, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации (в случае, если получение такой аккредитации предусмотрено законодательством Российской Федерации), либо аккредитованными лицами, но без указания наименования аккредитованного юридического лица или фамилии, имени и (если имеется) отчества аккредитованного индивидуального предпринимателя и уникального номера записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц;
7. товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений;
8. табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок;
9. медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности.

[ст. 7 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

² **Прекурсоры** - вещества, часто используемые при производстве, изготовлении, переработке наркотических средств и психотропных веществ, включенные в [Перечень](#) наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, подлежащих контролю в Российской Федерации, в соответствии с законодательством Российской Федерации, международными договорами Российской Федерации, в том числе [Конвенцией](#) Организации Объединенных Наций о борьбе против незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ 1988 года ([ст. 1 Федерального закона от 08.01.1998 № 3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах»](#)).

- 
- ✓ Реклама в телепрограммах и телепередачах
[ст. 14 Федерального закона № 38-ФЗ](#)
 - ✓ Реклама в радиопрограммах и радиопередачах
[ст. 15 Федерального закона № 38-ФЗ](#)
 - ✓ Реклама в периодических печатных изданиях
[ст. 16 Федерального закона № 38-ФЗ](#)
 - ✓ Реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании
[ст. 17 Федерального закона № 38-ФЗ](#)
 - ✓ Реклама, распространяемая по сетям электросвязи
[ст. 18 Федерального закона № 38-ФЗ](#)
 - ✓ Наружная реклама и установка рекламных конструкций
[ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)
 - ✓ Реклама на транспортных средствах и с их использованием
[ст. 20 Федерального закона № 38-ФЗ](#)



Наружная реклама – реклама с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем.

[ч. 1 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) – собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

[ч. 1 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

Временная рекламная конструкция – рекламная конструкция, срок размещения которой обусловлен ее функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и подобных мест, аналогичные технические средства) и составляет **не более чем двенадцать месяцев**.

[ч. 17 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

Рекламная конструкция должна:

- 
- ✓ **Использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы**
[ч. 2 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)
 - ✓ **Соответствовать требованиям технического регламента³**
[ч. 4 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)
 - ✓ **Быть установлена при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции**
[ч. 9 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

³ Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (принят [постановлением Госстандарта РФ от 22.04.2003 г. № 124-ст](#)).

Важно знать!

Требования в части получения разрешений не распространяются на витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики в случае размещения рекламы непосредственно на указанных объектах (без использования конструкций и приспособлений, предназначенных только для размещения рекламы)

[ч. 23 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

1. 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, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором.

[ч. 5 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

2. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется **на основе торгов (в форме аукциона или конкурса)**, проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации.

[ч. 5.1 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

Важно знать!

1. Субъекты Российской Федерации устанавливают предельные сроки, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы, **но не менее чем на пять лет и не более чем на десять лет. Конкретные сроки договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции** на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, **устанавливаются соответственно органом исполнительной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа** в зависимости от типа и вида рекламной конструкции, применяемых технологий демонстрации рекламы в границах соответствующих предельных сроков ([ч. 5 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

2. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией **только в отношении рекламных конструкций, указанных в схемах размещения рекламных конструкций** ([ч. 5.1 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

3. Аукцион или конкурс на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции проводится по истечении срока действия ранее заключенного договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции ([ч. 5.6 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

4. На период действия договора владелец рекламной конструкции имеет право беспрепятственного доступа к недвижимому имуществу, к которому присоединяется рекламная конструкция, и пользования этим имуществом для целей, связанных с осуществлением прав владельца рекламной конструкции, в том числе с ее эксплуатацией, техническим обслуживанием и демонтажом ([ч. 8 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).



- ✓ является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах;
- ✓ 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;
- ✓ подлежит предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации;
- ✓ подлежит опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Важно знать!

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, утверждают органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов ([ч. 5.8 ст.19 Федерального закона № 38-ФЗ](#) и [п. 15.1 ч. 1 ст. 15](#) и [п. 26.1 ч. 1 ст. 16 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»](#)).

Документы, необходимые для получения разрешения на установку рекламной конструкции:

1. Заявление, в котором указываются данные о физическом или юридическом лице;
2. Согласие собственника или иного указанного законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции **(в письменной форме)**;

[ч. 11 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

Также уполномоченный орган может запрашивать следующие документы:

3. Дизайн-проект рекламной конструкции, предполагаемой к установке, утвержденный заявителем и согласованный с собственником имущества, к которому должна быть присоединена рекламная конструкция;
4. Фотографии предполагаемого места установки рекламной конструкции;
5. Схема предполагаемого места установки рекламной конструкции;
6. Проект рекламной конструкции;
7. Проект электроустановки рекламной конструкции (для конструкций, предполагающих наличие электроустановки);
8. Заключение экспертной организации о соответствии проекта рекламной конструкции требованиям технических регламентов, строительных норм и правил (СНИП), Правилам устройства электроустановок (ПУЭ), стандартам Единой системы конструкторской документации (ЕСКД) и другим нормативным требованиям.
9. Заключение экспертной организации о соответствии проекта электроустановки рекламной конструкции требованиям технических регламентов, СНИП, ПУЭ, стандартам ЕСКД и другим нормативным требованиям (для конструкций, предполагающих наличие электроустановки)

Важно знать!

1. Данные о государственной регистрации юридического лица или о государственной регистрации физического лица в качестве ИП запрашиваются уполномоченным на выдачу разрешений органом в ФНС России.
2. Орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа не вправе требовать от заявителя представления документов и сведений, не относящихся к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламной конструкции, а также взимать помимо государственной пошлины (в размере 5 000 руб., [п. 105 ч. 1 ст. 333.33 НК РФ](#)) дополнительную плату за подготовку, оформление, выдачу разрешения и совершение иных связанных с выдачей разрешения действий ([ч.12 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

Разрешение на установку рекламной конструкции:

1. Выдается органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа на каждую рекламную конструкцию;

[ч. 17 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

2. Выдается на срок⁴ действия договора⁵ на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

[ч. 17 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

3. Решение в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче направляется заявителю **в течение двух месяцев со дня приема** необходимых документов.

.....
⁴ Предельный срок, на который может заключаться договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, устанавливается субъектом Российской Федерации. В отношении временной рекламной конструкции – не более двенадцати месяцев ([ч. 17 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

⁵ В случае, если владелец рекламной конструкции является собственником недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, разрешение выдается на срок, указанный в заявлении, при условии соответствия указанного срока предельным срокам, которые установлены субъектом Российской Федерации и на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а разрешение в отношении временной рекламной конструкции – на срок, указанный в заявлении, но не более чем на двенадцать месяцев ([ч. 17 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

Важно знать!

1. Орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа самостоятельно осуществляет согласование с уполномоченными органами, необходимое для принятия решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче ([ч. 13 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

2. Заявитель вправе самостоятельно получить от уполномоченных органов такое согласование и представить его в орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа ([ч. 13 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

3. При неполучении заявитель **в течение трех месяцев** вправе обратиться в суд с заявлением о признании бездействия соответствующего органа местного самоуправления незаконным ([ч. 14 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).



Основания для отказа в выдаче разрешения на установку рекламной конструкции:

1. Несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;
2. Несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме размещения рекламных конструкций (в случае, если место установки рекламной конструкции определяется схемой размещения рекламных конструкций);
3. Нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;
4. Нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения или городского округа⁶;
5. Нарушение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании.

[ч. 15 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

⁶ Технические нормы и требования к объектам наружной рекламы утверждаются органом местного самоуправления (п. 4 ч. 15 ст. 19 [Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

Важно знать!

В случае отказа органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа в выдаче разрешения заявитель **в течение трех месяцев** со дня получения решения об отказе в выдаче разрешения вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании такого решения незаконным ([ч. 16 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

Решение об аннулировании разрешения на установку рекламной конструкции принимается органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа :

1. В течение месяца со дня направления владельцем рекламной конструкции уведомления в письменной форме о своем отказе от дальнейшего использования разрешения;
2. В течение месяца с момента направления собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, документа, подтверждающего прекращение договора, заключенного между таким собственником или таким владельцем недвижимого имущества и владельцем рекламной конструкции;
3. В случае, если рекламная конструкция не установлена в течение года со дня выдачи разрешения или со дня демонтажа рекламной конструкции ее владельцем в период действия разрешения;
4. В случае, если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

Важно знать!

Решение об аннулировании разрешения может быть обжаловано в суд или арбитражный суд **в течение трех месяцев** со дня его получения ([ч. 19 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

Решение об аннулировании разрешения на установку рекламной конструкции принимается органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа :

5. В случае, если разрешение выдано лицу, заключившему договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с нарушением требований, установленных [частями 5.1⁷, 5.6⁸, 5.7⁹ ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#), либо результаты аукциона или конкурса признаны недействительными в соответствии с законодательством Российской Федерации;

6. В случае нарушения требований, установленных частью 9.3 статьи 19 Федерального закона № 38-ФЗ¹⁰.

⁷Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации.

⁸ Аукцион или конкурс на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, которое находится в государственной или муниципальной собственности и на котором на основании договора между соответственно органом государственной власти, органом местного самоуправления и владельцем рекламной конструкции установлена рекламная конструкция, проводится по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

⁹ В случае, если к участию в аукционе или конкурсе допущен один участник, аукцион или конкурс признается не состоявшимся и договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, которое являлось единственным участником аукциона или конкурса.

¹⁰ Обязанность уведомлять орган местного самоуправления, выдавший разрешение, обо всех фактах возникновения у третьих лиц прав в отношении рекламной конструкции (сдача рекламной конструкции в аренду, внесение рекламной конструкции в качестве вклада по договору простого товарищества, заключение договора доверительного управления, иные факты).

Признание разрешения на установку рекламной конструкции недействительным в судебном порядке :

- 1. По иску ФАС России** – неоднократное или грубое нарушение рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе;
- 2. Органа, осуществляющего контроль за соблюдением технических регламентов (Росстандарт),** – обнаружение несоответствия рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;
- 3. По иску органа местного самоуправления:**
 - несоответствие установки рекламной конструкции в данном месте схеме размещения рекламных конструкций (в случае, если место установки рекламной конструкции в соответствии с [ч. 5.8 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#) определяется схемой размещения рекламных конструкций);
 - нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения или городского округа;
- 4. по иску Минкультуры России или органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, уполномоченного в области сохранения, использования, популяризации и государственной охраны объектов культурного наследия,** – нарушение внешнего архитектурного облика и исторического облика объектов культурного наследия, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, исторического облика их территорий;
- 5. По иску МВД России** – несоответствие рекламной конструкции требованиям нормативных актов по безопасности движения транспорта.

[ч. 20 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

Права владельца рекламной конструкции при недействительности разрешения в случае внесения изменения в схему размещения рекламных конструкций

При недействительности разрешения в случае внесения изменения в схему размещения рекламных конструкций владельцу рекламной конструкции выплачивается компенсация за счет средств соответствующего местного бюджета.

[ч. 20.1 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

Компенсации подлежат:

1. Обоснованные и подтвержденные затраты на демонтаж рекламной конструкции;
2. Часть фактически выплаченных денежных средств согласно условиям проведенных торгов и (или) договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Компенсация подлежит выплате владельцу рекламной конструкции **не позднее 90 дней** с момента внесения изменения в схему размещения рекламных конструкций.

Важно знать!

Часть компенсации, не связанная с демонтажом, рассчитывается пропорционально количеству дней, на которое сократился срок действия разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Со дня выдачи предписания органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа о демонтаже рекламной конструкции владелец рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец соответствующего недвижимого имущества, к которому такая конструкция присоединена, **обязан**:

1. **В течение месяца** осуществить демонтаж рекламной конструкции;
2. **В течение трех дней** удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции.

Демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение рекламной конструкции осуществляется за счет:

1. **Собственника или иного законного владельца** недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция;
2. **Средств местного бюджета.**

[ч. 21-21.3 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

*Решение о выдаче предписания о демонтаже рекламной конструкции, демонтаж рекламной конструкции могут быть обжалованы в суд или арбитражный суд **в течение трех месяцев** со дня получения соответствующего предписания или со дня демонтажа рекламной конструкции ([ч. 22 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).*

Важно знать!

1. Демонтаж элементов рекламной конструкции не может считаться надлежащим способом исполнения обязанности в том случае, если собственником недвижимого имущества или уполномоченным органом было заявлено требование о полном демонтаже конструкции, включая элементы крепежа ([Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»](#)).
2. По требованию собственника или иного законного владельца данного недвижимого имущества, а также органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа владелец рекламной конструкции обязан возместить расходы, понесенные ими в связи с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции ([ч. 21.1.-21.3. ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).
3. При невыполнении обязанности по удалению размещенной на рекламной конструкции информации в случае аннулирования разрешения или признания его недействительным собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, осуществляет удаление этой информации за свой счет. По требованию собственника или иного законного владельца такого недвижимого имущества владелец рекламной конструкции обязан возместить ему **разумные расходы**, понесенные в связи с удалением этой информации ([ч. 22.1 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

Размещение рекламы на штендерах

Выносные щитовые конструкции (штендеры) - временные объекты наружной рекламы и информации, устанавливаемые предприятиями, организациями, учреждениями в часы их работы.

В соответствии с письмом ФАС России от 15.05.2012 № АК/14984 «О порядке размещения рекламы на штендерах» по смыслу [ч. 1 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#) **рекламные конструкции** - это технические средства стабильного территориального размещения, к которым выносные штендеры не относятся, а, следовательно, требования статьи 19 Федерального закона № 38-ФЗ к ним не применяются.

Однако в случае, если **штендер** располагается стационарно, то есть прочно связан с землей, зданиями, строениями и сооружениями (т.е. объектами недвижимого имущества) и не предназначен для перемещения, такой **штендер** может быть признан рекламной конструкцией и, соответственно, его размещение должно осуществляться с учетом требований ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ.

За незаконное размещение штендера предусмотрен штраф ([ст. 14.37 КоАП](#)):

- для граждан в размере – 1000 - 1 500 рублей;
- для должностных лиц – 3 000 - 5 000 рублей;
- для юридических лиц – 500 000 - 1 000 000 рублей.

Важно знать!

Орган местного самоуправления в рамках полномочий, определенных [п. 19 ч. 1 ст. 14 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»](#), вправе определять порядок и возможность размещения конструкций, не подпадающих под понятие рекламных конструкций, указанное в ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ, на фасадах зданий, строений, сооружений и вне их, исходя из их размеров, типов и видов конструкций, их количества, в соответствующем нормативном акте.





Размещение рекламы на транспортных средствах

1. Осуществляется на основании договора, заключаемого рекламодателем с собственником транспортного средства или уполномоченным им лицом либо с лицом, обладающим иным вещным правом на транспортное средство;

[ч. 1 ст. 20 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

2. Запрещается:

2.1. Использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций, в том числе переоборудование транспортных средств для распространения рекламы, в результате которого транспортные средства полностью или частично утратили функции, для выполнения которых они были предназначены (например, когда с грузового транспортного средства снимают кузов, а на его место устанавливают рекламный плакат), переоборудование кузовов транспортных средств с приданием им вида определенного товара (например ботинка или банки);

[ч. 2 ст. 20 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

Ответственность в виде штрафа ([ч. 2 ст. 14.38 КоАП](#)):

- для граждан в размере – 3 000 - 5 000 рублей;
- для должностных лиц – 30 000 - 50 000 рублей;
- для юридических лиц – 500 000 - 1 000 000 рублей.

2. Запрещается:

2.2. Размещение рекламы на транспортном средстве, на наружные поверхности которого нанесены специальные цветографические схемы автомобилей оперативных служб, транспортном средстве, оборудованном устройствами для подачи специальных световых и звуковых сигналов, транспортном средстве федеральной почтовой связи, на боковых поверхностях которого расположены по диагонали белые полосы на синем фоне, а также на транспортном средстве, предназначенном для перевозки опасных грузов;

[ч. 3 ст. 20 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

Ответственность в виде штрафа ([ч. 3 ст. 14.38 КоАП](#)):

- для граждан в размере – 3 000 - 5 000 рублей;
- для должностных лиц – 30 000 - 50 000 рублей;
- для юридических лиц – 500 000 - 1 000 000 рублей.

2.3. Распространение звуковой рекламы с использованием транспортных средств, а также звуковое сопровождение рекламы, распространяемой с использованием транспортных средств;

[ч. 6 ст. 20 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

Ответственность в виде штрафа ([ч. 5 ст. 14.38 КоАП](#)):

- для граждан в размере – 4 000 - 7 000 рублей;
- для юридических лиц – 40 000 - 100 000 рублей.

2.4. Создание угрозы безопасности движения, в том числе ограничение обзора управляющим транспортными средствами лицам и другим участникам движения.

Ответственность в виде штрафа ([ч. 3 ст. 14.38 КоАП](#)):

- для граждан в размере – 2 000 - 2 500 рублей;
- для должностных лиц – 10 000 - 20 000 рублей;
- для юридических лиц – 200 000 - 500 000 рублей.

Важно знать!

Размещение на транспортных средствах отличительных знаков, указывающих на их принадлежность каким-либо лицам, не является рекламой ([ч. 4 ст. 20 Федерального закона № 38-ФЗ](#)).

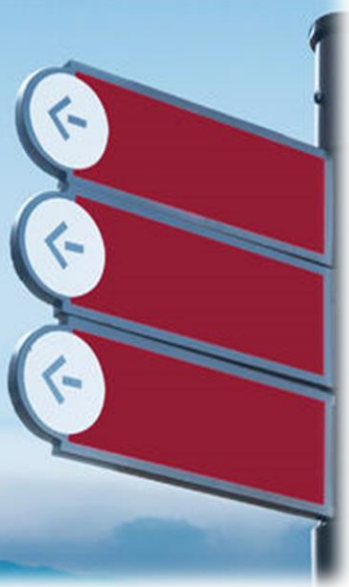
Размещение рекламы в информационно телекоммуникационной сети «Интернет»

Согласно [письмам ФАС России от 02.05.2012 № АК/13623](#) и от [28.08.2015 № АК/45828/15](#) не является рекламой информация **о производимых или реализуемых товарах**, размещенная на сайте производителя или продавца данных товаров или на страницах в социальных сетях производителя или продавца данных товаров, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или страницы в социальной сети **о реализуемых товарах, их происхождении, комплектации, ассортименте, цене, потребительских свойствах, правилах пользования, о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией** (о скидках, купонах или билетах, позволяющих приобрести товар со скидкой и т.п.).

Важно знать!

Если информация на сайте не столько информирует потребителя о деятельности компании или продаваемых товарах, сколько выделяет определенные товары или саму компанию среди подобных (например, в виде всплывающего баннера), то такая информация может быть признана рекламой.





Размещение наружной рекламы на знаке дорожного движения и объектах культурного наследия

Распространение рекламы **на знаке дорожного движения**, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, **не допускается.**

[ч. 3 ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)

Ответственность в виде штрафа ([ч. 1 ст. 14.38 КоАП](#)):

- для граждан в размере – 2 000 - 2 500 рублей;
- для должностных лиц – 10 000 - 15 000 рублей;
- для юридических лиц – 100 000 - 200 000 рублей.

Размещение рекламы **на объектах культурного наследия** (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, их территориях допускается в случаях и на условиях, которые предусмотрены [Федеральным законом от 25.06.2002 № 73-ФЗ](#) «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации».

[ч. 3.1. ст. 19 Федерального закона № 38-ФЗ](#)



Государственной Думой 15 февраля 2017 г. в первом чтении принят внесенный Правительством Российской Федерации проект федерального закона № 18549-7 «О внесении изменений в статью 19 Федерального закона «О рекламе» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» (<http://sozd.parliament.gov.ru/bill/18549-7>), **предусматривающий:**

- совершенствование государственного регулирования в сфере распространения наружной рекламы путем введения норм, направленных на раскрытие информации об аффилированных лицах в сфере распространения наружной рекламы, а также о заключенных договорах и выданных разрешениях на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;
- введение положения о том, что орган государственной власти, орган местного самоуправления или уполномоченная ими организация обязаны в течение календарного года выставить на торги в сфере наружной рекламы для субъектов МСП не менее 20% общего количества мест установки рекламных конструкций каждого типа (вида);
- установление административной ответственности должностных лиц организаторов торгов за нарушение требований законодательства Российской Федерации к их проведению.

Проект федерального закона включен в примерную программу заседаний Государственной Думы на осеннюю сессию 2018 г.