

# Письмо ФАС России от 03.06.2021 № АК/45295/21

Федеральная антимонопольная служба · № АК/45295/21 от 03.06.2021

● Утратил силу 03.06.2021

«Об отнесении конструкций, размещенных на отдельных элементах зданий, к рекламным конструкциям»

## Внимание

Документ утратил силу в связи с изданием Письма ФАС России от 02.12.2022 № МШ/109196-ПР/22.

## ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

### ПИСЬМО

от 3 июня 2021 г. № АК/45295/21

### ОБ ОТНЕСЕНИИ

### КОНСТРУКЦИЙ, РАЗМЕЩЕННЫХ НА ОТДЕЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТАХ ЗДАНИЙ, К РЕКЛАМНЫМ КОНСТРУКЦИЯМ

В соответствии с пунктом 26 Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2021 году, утвержденным приказом ФАС России от 14.04.2021 № 348/21, направляем разъяснение по вопросу отнесения конструкций, размещенных на отдельных элементах зданий, к рекламным конструкциям.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «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.

Согласно части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» наружной рекламой признается реклама, распространенная 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, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

В указанной части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» также содержится указание на «иные технические средства стабильного территориального размещения». По мнению ФАС России, к иным техническим средствам стабильного территориального размещения следует относить любые конструкции, предназначенные для распространения рекламы, которые размещены стационарно, прочно связаны с землей, зданиями, строениями и сооружениями (т.е. с объектами недвижимого имущества) и не предназначены для перемещения.

Федеральный закон «О рекламе» не содержит определения прочной связи конструкции с объектом недвижимого имущества.

Вместе с тем, по мнению ФАС России, под «иными техническими средствами стабильного территориального размещения» понимаются любые конструкции, прочно (стабильно, стационарно) связанные с объектом недвижимого имущества таким образом, что такая связь делает невозможным монтаж/демонтаж конструкции без использования специальных технических средств или устройств (машин, механизмов, инструментов т.п.), такие конструкции при размещении на них рекламы являются рекламными конструкциями.

При этом реклама, размещенная на зданиях без применения специальных креплений, например, посредством наклеек на окнах, не может рассматриваться как распространяемая посредством рекламных конструкций.

Таким образом, статья 19 Федерального закона «О рекламе» определяет порядок размещения не любых носителей рекламы, а исключительно рекламных конструкций, располагаемых на внешних стенах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

Следовательно, требования статьи 19 Федерального закона «О рекламе», в том числе в части получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, не распространяются на конструкции, установленные внутри зданий (строений, сооружений).

В случае, если реклама на конструкциях распространяется внутри обособленных помещений в строениях, такая реклама не подпадает под понятие наружной рекламы, и требования Федерального закона «О рекламе» на указанные конструкции не распространяются.

Вместе с тем, если рекламная конструкция размещена на конструктивных элементах сооружений, обращенных на проезжую и/или пешеходную часть улицы (например, на козырьке подземного пешеходного перехода), такая рекламная конструкция будет подпадать под понятие наружной рекламы, и на порядок установки таких конструкций будут распространяться нормы статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

А. Б. Кашеваров

---