

ПРОКУРАТУРА ГОРОДА СЕВЕРОДВИНСКА

**РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ: ПОНЯТИЕ,
ПРИЗНАКИ, ВИДЫ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА
НАРУШЕНИЯ ПРИ УСТАНОВКЕ И
ЭКСПЛУАТАЦИИ**

(ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ)

2018

I. Понятие и признаки рекламных конструкций.

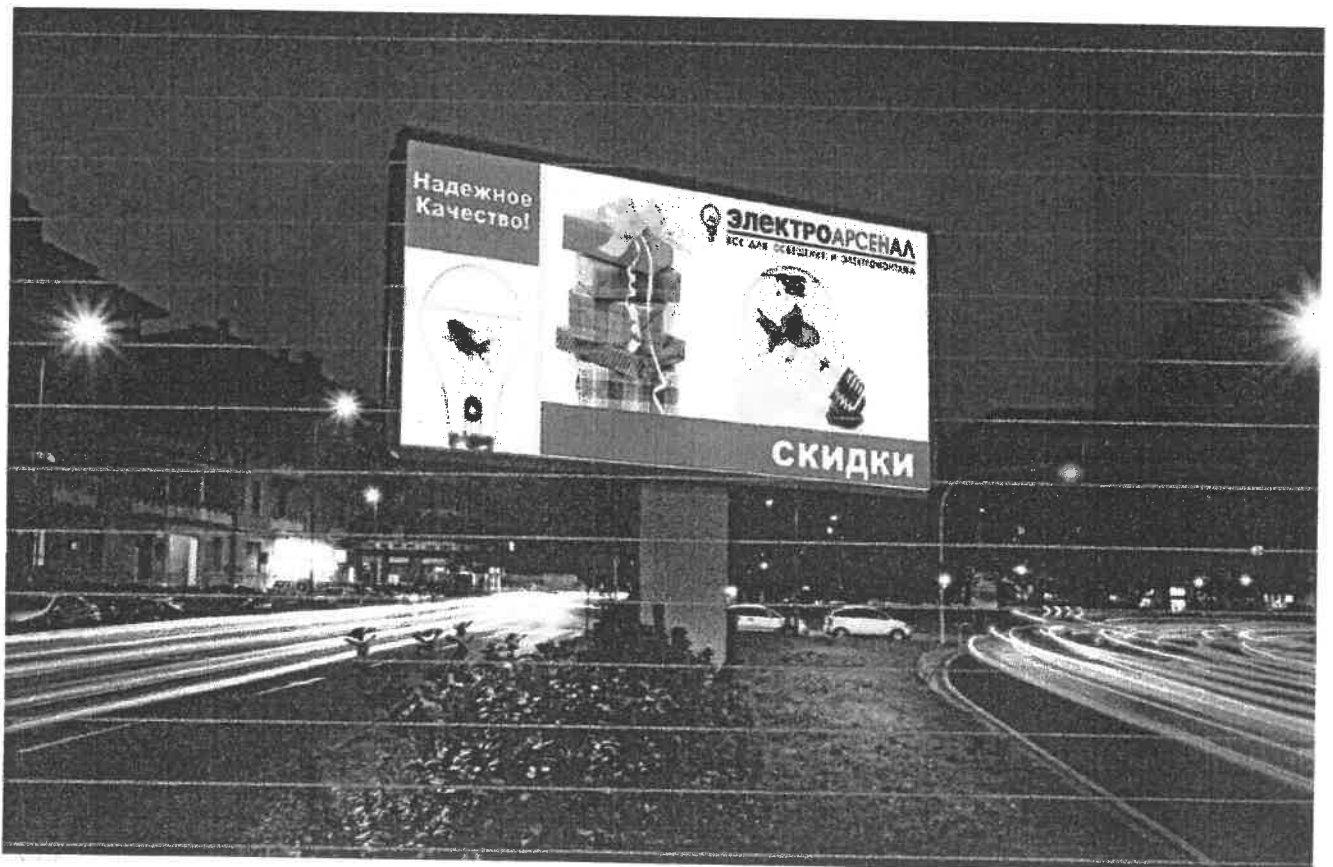
Рекламой в соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» признается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Под рекламной конструкцией следует понимать технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, предназначенные для распространения наружной рекламы (ч. 1 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»).

Таким образом, рекламные конструкции должны являться, во-первых, определенными техническими средствами (щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционное оборудование, воздушные шары, аэростаты и пр.), а во-вторых, размещаться на постоянной основе.

II. Основные виды рекламных конструкций.

1. Билборды (рекламные щиты).



2. **Брандмауэры** – крупные рекламные конструкции, расположенные на стенах зданий.



3. **Рекламные стенды** - щиты или конструкции с текстовой и (или) графической информацией рекламного содержания.



4. Строительные сетки с размещением рекламной информации.



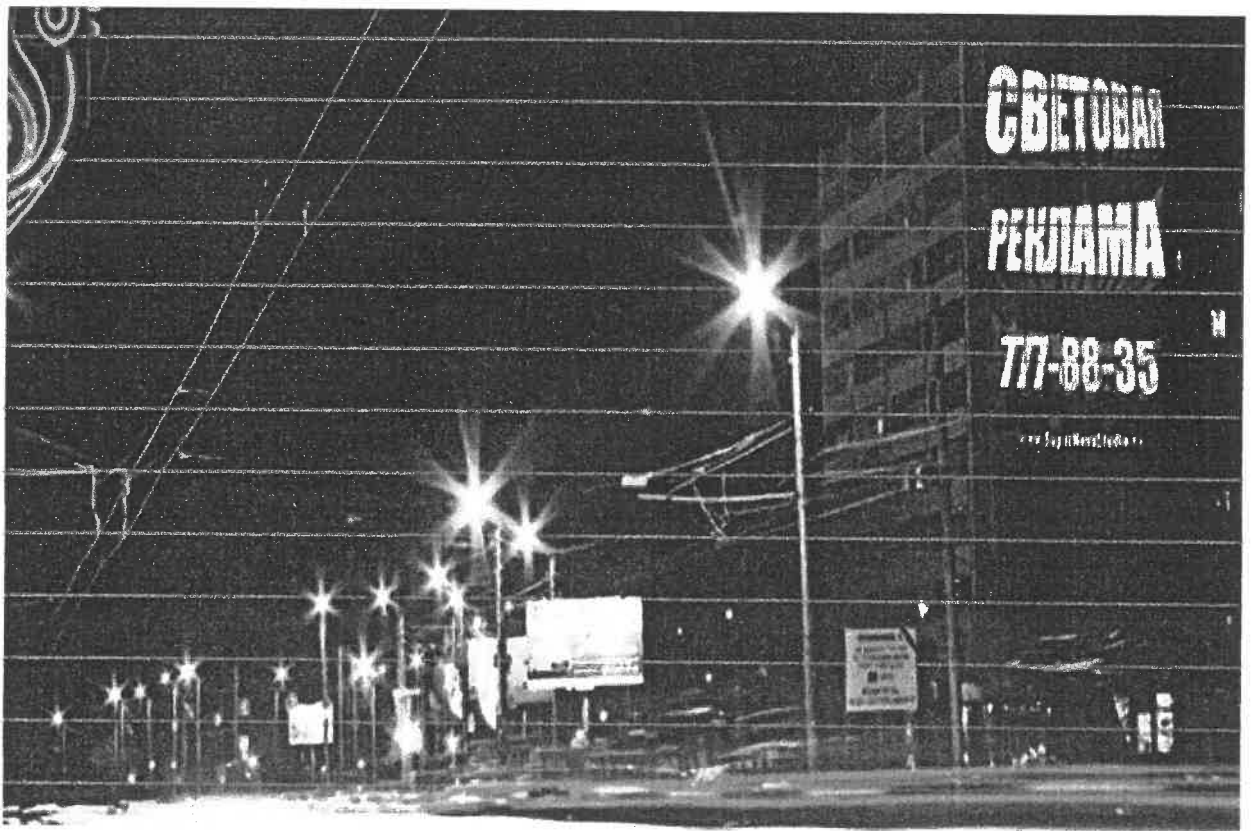
5. Рекламные перетяжки.



6. Электронные табло.



7. Проекционная реклама.



III. Отличия рекламных и информационных конструкций.

В практической деятельности следует отличать рекламные конструкции от вывесок.

Исходя из положений Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», под вывеской следует понимать информацию, которую изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до потребителя, а именно фирменное наименование (наименование) организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Вывеска размещается непосредственно в месте продажи товаров, выполнения работ, либо оказания услуг.

Постановлением Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» уточнено, что не является рекламой информация, обязательная к размещению не только в силу закона, но и в силу обычая делового оборота.

Под обычаем делового оборота понимается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской деятельности, не предусмотренное законодательством правило поведения, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе.

Таким образом, наружная реклама и вывеска представляют собой **информацию**, адресованную неопределенному кругу лиц, грань различия данных понятий пролегает, прежде всего, в предназначении такой информации. Применительно к рекламе такой целью является привлечение внимания к объекту рекламирования, а применительно к вывеске – доведение до потребителей предусмотренной законом или обычаем делового оборота информации.

Следует отметить, что объем информации, который может размещаться на вывесках (с учетом обычаев делового оборота), исчерпывающим не является. Помимо предусмотренной законом обязательной для доведения до потребителей информации на вывесках могут быть на законных основаниях указаны: коммерческое обозначение организации, указание о профиле деятельности организации (магазин, кафе, аптека), изображения товаров (без индивидуализирующих признаков, характеристик и указания на цену), товарные знаки (знак обслуживания) как средство индивидуализации товаров (услуг) и т.п.

Представляется возможным обозначить следующие виды конструкций, которые в качестве рекламных конструкций квалифицированы быть не могут:

1. Размещенные на фасаде здания изображения товаров либо предметов (техника, спортивный инвентарь, книги). С оговоркой - если подобные предметы не содержат индивидуализирующих признаков, характеристик, указания на цену, скидки, акции и т.д.



2. Вывески с изображениями «Добро пожаловать», «Выезд», «Счастливого пути» и т.п (вне зависимости от манеры выполнения).



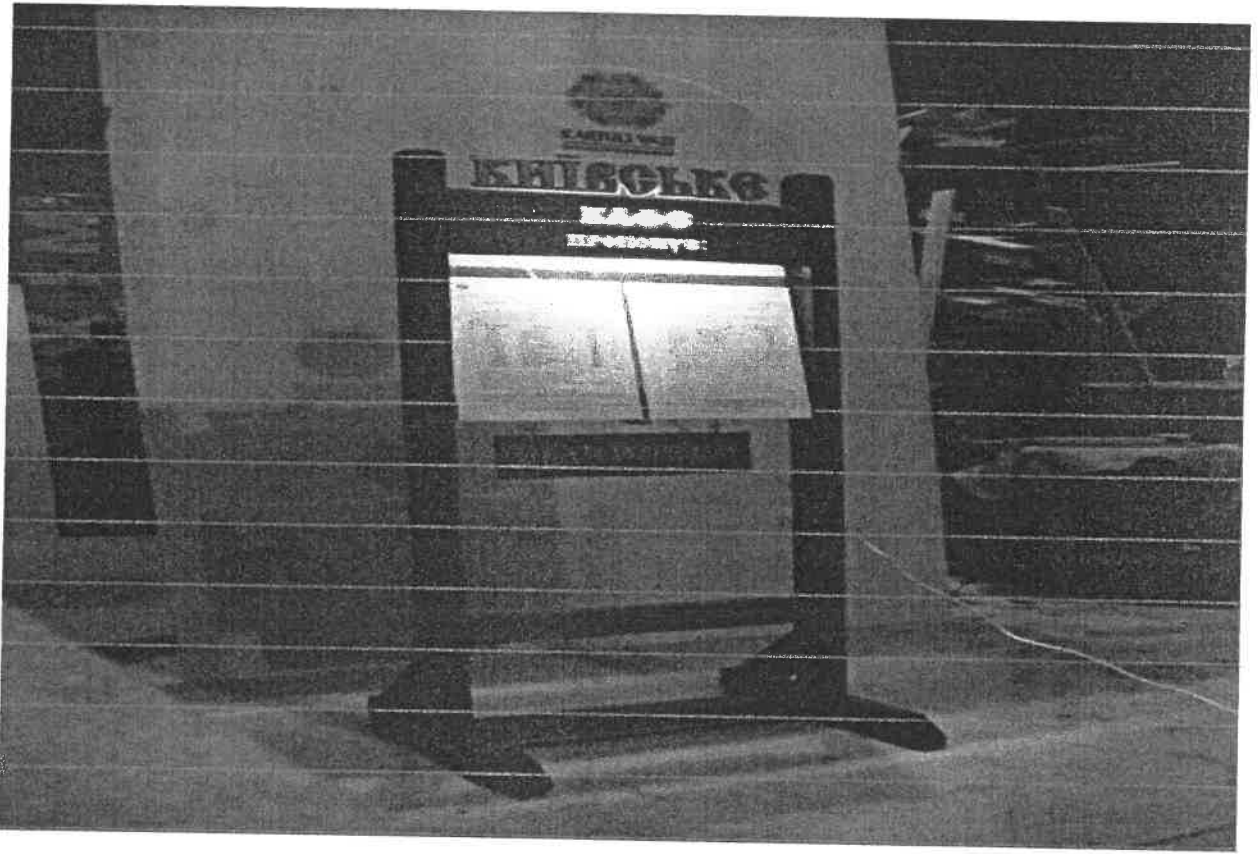
3. Информация на конструкциях-указателях о профиле деятельности организации (аптека, кафе, парикмахерская), в том числе указание на направление движения и расстояние до такой организации. Данные конструкции могут устанавливаться вне места нахождения организации.



4. Размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения (вне зависимости от манеры выполнения).



5. Размещение меню точки общественного питания (ресторана, кафе, бара и т.п.).



6. Информация об аренде помещения с указанием номера телефона, размещенная на здании непосредственно в месте нахождения данного помещения (в том числе с помощью рекламных конструкций).



7. Информация о видах и стоимости топлива на АЗС.



8. Театральные афиши и киноафиши, размещаемые на зданиях учреждений культуры, а также в специально предназначенных для этих целей местах.



9. Реклама, размещенная на здании (в том числе на окнах) с помощью краски или наклейки пленки. В данном случае нет самого технического средства стабильного территориального размещения, то есть самой рекламной конструкции.



10. Выносные щтендеры, устанавливаемые около организации. Поскольку в них отсутствует признак стабильного территориального размещения.



Следует учитывать, что при размещении вышеуказанных сведений (за исключением штендеров и рекламы, оформленной пленкой либо краской) в ней может содержаться информация, носящая рекламный характер. На установку таких конструкций требуется разрешение органов местного самоуправления.

Рассмотрим несколько таких примеров.

1. Установка в месте нахождения организации конструкций, информирующих о проводимых акциях и скидках.



2. Информация об одном товаре (блюде меню) на конструкции, размещенной на фасаде здания, где осуществляет деятельность организация. Это может быть наименования блюда (товара), его изображение, цена, описание его составляющих. В данном случае товар индивидуализируется (выделяется из группы товаров).



IV. Перечень документов, необходимых для установки и эксплуатации рекламных конструкций.

1. Действующее разрешение органов местного самоуправления на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

2. Договор на размещение рекламной конструкции 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, а также собственников помещений многоквартирного дома на размещение рекламных конструкций, полученного в порядке, предусмотренном Жилищным Кодексом РФ.

V. Ответственность за нарушение требований к установке и (или) эксплуатации рекламной конструкции.

В соответствии со ст. 14.37 КоАП РФ установка и (или) эксплуатация рекламной конструкции без предусмотренного законодательством разрешения на ее установку и эксплуатацию, а равно установка и (или) эксплуатация рекламной конструкции с нарушением требований технического регламента, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 статьи 11.21 настоящего Кодекса, влекут наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до одной тысячи пятисот рублей; на должностных лиц - от трех тысяч до пяти тысяч рублей; на юридических лиц - от пятисот тысяч до одного миллиона рублей.

Субъекты ответственности:

1) Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (заказчик);

2) Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму (лицо, непосредственно выполнившее работу по установке рекламной конструкции (подрядчик);

3) Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (лицо, эксплуатирующее рекламную конструкцию).

При этом необходимо иметь в виду, что если в отношении одной и той же рекламы одно лицо является одновременно рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем, за соответствующее правонарушение оно подлежит привлечению к административной ответственности однократно.