



КонсультантПлюс

Приказ ФАС России от 25.07.2024 N 497/24
"Об утверждении руководства по соблюдению
обязательных требований в сфере рекламы по
вопросам наружной рекламы"

Документ предоставлен **КонсультантПлюс**

www.consultant.ru

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПРИКАЗ
от 25 июля 2024 г. N 497/24

ОБ УТВЕРЖДЕНИИ РУКОВОДСТВА ПО СОБЛЮДЕНИЮ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ ТРЕБОВАНИЙ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ ПО ВОПРОСАМ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

На основании [части 5 статьи 14](#) Федерального закона от 31 июля 2020 г. N 247-ФЗ "Об обязательных требованиях в Российской Федерации" приказываю:

1. Утвердить руководство по соблюдению обязательных требований в сфере рекламы по вопросам наружной рекламы согласно [приложению](#) к настоящему приказу.

2. Контроль исполнения настоящего приказа возложить на заместителя руководителя Федеральной антимонопольной службы К.М. Таукенову.

Руководитель
М.А.ШАСКОЛЬСКИЙ

Приложение
к приказу ФАС России
от 25.07.2024 N 497/24

РУКОВОДСТВО ПО СОБЛЮДЕНИЮ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ ТРЕБОВАНИЙ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ ПО ВОПРОСАМ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

I. Общие требования

1. Настоящее руководство разработано в соответствии с [частью 5 статьи 14](#) (Федерального закона от 31 июля 2020 г. N 247-ФЗ "Об обязательных требованиях в Российской Федерации" в целях разъяснения рекламодателям, рекламораспространителям и рекламопроизводителям обязательных требований при осуществлении деятельности по распространению рекламы в целях недопущения нарушений положений Федерального [закона](#) от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Федеральный закон "О рекламе") и введения в заблуждение потребителей рекламы.

2. Настоящее руководство разработано во исполнение пунктов 15, 16, 17, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46 приложения к протоколу заседания рабочей группы в полном составе по реализации механизма "регуляторной гильотины" в сфере рекламы от 29 августа 2022 г. N 12.

II. Об иных средствах стабильного территориального размещения

3. Обязательное требование ([часть 1 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе"): "Распространение наружной рекламы, размещенной 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 осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем,

с соблюдением требований настоящей [статьи](#)."

В [части 1 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" содержится перечень наиболее распространенных видов рекламных конструкций, к которым относятся, в том числе, щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционное и иное предназначенное для проекции рекламы на любые поверхности оборудование, воздушные шары и аэростаты.

Необходимо отметить, что вышеуказанный перечень рекламных конструкций не является закрытым, поскольку перечень способов и видов распространения рекламы не определен и не ограничен.

В [части 1 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" также содержится указание на "иные технические средства стабильного территориального размещения".

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

Вместе с тем, по мнению антимонопольного органа, 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 и т.п.).

При этом реклама, размещенная на зданиях, строениях, сооружениях без прикрепления к ним конструкций, без специальных технических средств, креплений, например, посредством наклеек на стены, окна и иные поверхности, не может рассматриваться как распространяемая посредством рекламных конструкций, а, следовательно, не относится к иным средствам стабильного территориального размещения.

Также к средствам стабильного территориального размещения могут быть отнесены стенды, размещенные у входа в подъезды жилых домов. В случае если указанные конструкции используются для распространения рекламы, прочно связаны с землей или зданием и их перемещение невозможно без использования специальных приспособлений или инструментов, такие стенды относятся к рекламным конструкциям, размещение которых должно осуществляться в соответствии с положениями [статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе", в том числе, о наличии разрешения на их установку и эксплуатацию, а также внесении данных конструкций в схему размещения рекламных конструкций.

[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".

Кроме того, 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, 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 [статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе".

Каких-либо специальных требований, касающихся размещения таких штендеров, в Федеральном [законе](#) "О рекламе" не содержится.

Таким образом, реклама, размещенная на штендерах, должна соответствовать общим требованиям, предъявляемым к рекламе Федеральным [законом](#) "О рекламе".

Вместе с тем в соответствии с [пунктами 4 и 6 части 2 статьи 2](#) Федерального закона "О рекламе" данный [закон](#) не распространяется на сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой, объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

В случае если на информационных стендах, установленных у входа в подъезды жилых домов, размещается такая информация (например, информация об отключении горячего водоснабжения), положения Федерального [закона](#) "О рекламе", в частности [статьи 19](#) данного закона, на установку таких стендов не распространяются.

При этом согласно [части 2 статьи 1](#) Федерального закона от 06.10.2003 N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" (далее - Федеральный закон N 131-ФЗ) местное самоуправление в Российской Федерации - форма осуществления народом своей власти, обеспечивающая в пределах, установленных [Конституцией](#) Российской Федерации, федеральными законами, а в случаях, установленных федеральными законами, - законами субъектов Российской Федерации, самостоятельное и под свою ответственность решение населением непосредственно и (или) через органы местного самоуправления вопросов местного значения исходя (из интересов населения с учетом исторических и иных местных традиций).

[Пунктом 25 части 1 статьи 16](#) Федерального закона N 131-ФЗ к вопросам местного значения отнесено утверждение правил благоустройства территории муниципального, городского округа, осуществление муниципального контроля в сфере благоустройства, предметом которого является соблюдение правил благоустройства территории муниципального, городского округа, в том числе требований к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной, инженерной и транспортной инфраструктур и предоставляемых услуг (при осуществлении муниципального контроля в сфере благоустройства может выдаваться предписание об устранении выявленных нарушений обязательных требований, выявленных в ходе наблюдения за соблюдением обязательных требований (мониторинга безопасности), организация благоустройства территории муниципального, городского округа в соответствии с указанными правилами, а также организация использования, охраны, защиты, воспроизводства городских лесов, лесов особо охраняемых природных территорий, расположенных в границах муниципального, городского округа.

Согласно [статье 2](#) Федерального закона N 131-ФЗ правила благоустройства территории муниципального образования - муниципальный правовой акт, устанавливающий на основе законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, а также нормативных правовых актов субъектов Российской Федерации требования к благоустройству и элементам благоустройства территории муниципального образования, перечень мероприятий по благоустройству территории муниципального образования, порядок и периодичность их проведения.

Таким образом, орган местного самоуправления в рамках полномочий, предоставленных ему Федеральным [законом](#) N 131-ФЗ, вправе определять порядок и возможность размещения конструкций с рекламой, которые размещаются не на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, в соответствующем нормативном акте.

[Частью 9 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" предусмотрено, что установка рекламной конструкции допускается при наличии разрешения на установку рекламной конструкции, выдаваемого на

основании заявления собственника или иного указанного в [частях 5 - 7](#) указанной статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района, органом местного самоуправления муниципального округа или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществить установку рекламной конструкции.

Согласно [пункту 2 части 11 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" к указанному в [части 9](#) данной статьи заявлению прилагается, в том числе подтверждение в письменной форме или в форме электронного документа с использованием единого портала государственных и муниципальных услуг и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг согласия собственника или иного указанного в [частях 5, 6, 7](#) данной статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества на присоединение к этому имуществу рекламной конструкции, если заявитель не является собственником или иным законным владельцем недвижимого имущества.

[Часть 15 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" содержит перечень оснований, по которым орган местного самоуправления принимает решение об отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

В соответствии с [частью 14 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" решение о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче в письменной форме или в форме электронного документа с использованием единого портала государственных и муниципальных услуг или региональных порталов государственных и муниципальных услуг должно быть направлено органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов. Заявитель, не получивший в указанный срок от органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче, в течение трех месяцев вправе обратиться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании бездействия соответствующего органа местного самоуправления незаконным.

Таким образом, Федеральный [закон](#) "О рекламе" содержит единые сроки, направления органом местного самоуправления решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче, которые составляют два месяца с даты приема органом местного самоуправления необходимых документов от заявителя.

В случае если заявитель полагает, что его права нарушены за счет превышения органом местного самоуправления срока направления решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче, заявитель вправе обратиться в суд с заявлением о признании бездействия соответствующего органа местного самоуправления незаконным.

III. О договоре на установку и эксплуатацию рекламной конструкции

4. Обязательное требование ([часть 5 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе"): "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. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме, полученного в порядке, установленном Жилищным [кодексом](#) Российской Федерации. Заключение такого договора осуществляется лицом, уполномоченным на его заключение общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме. По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются. 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, органом местного самоуправления муниципального округа или органом местного самоуправления городского округа в зависимости от типа и вида рекламной конструкции, применяемых технологий демонстрации рекламы в границах соответствующих предельных сроков. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами настоящего Федерального [закона](#) и гражданского законодательства."

В [статье 19](#) Федерального закона "О рекламе" закрепляется, что размещение рекламной конструкции осуществляется по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Данный договор не является договором аренды, и законодательство Российской Федерации о рекламе не предполагает заключения договора аренды для заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Гражданский [кодекс](#) Российской Федерации не выделяет договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в самостоятельный вид, соответственно, в нем могут содержаться положения как предусмотренные для отдельных видов договоров (например, для договора аренды), так и вытекающие из существа правоотношений.

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.

Как установлено в [части 1 статьи 432](#) Гражданского кодекса Российской Федерации договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Согласно [части 5.1 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" 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. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований.

Согласно общей норме [пункта 7 статьи 448](#) Гражданского кодекса Российской Федерации в случае, если договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции был заключен по итогам обязательных торгов, сторона по договору (победитель торгов, владелец рекламной конструкции) не вправе уступать права (за исключением требований по денежному обязательству) и осуществлять перевод долга по обязательствам, возникшим из заключенного на торгах договора. Обязательства по такому договору должны быть исполнены победителем торгов лично, если иное не установлено законом.

[Пунктом 8 статьи 448](#) Гражданского кодекса Российской Федерации строго ограничены возможные случаи изменения условий договора, заключенного по результатам торгов в случаях, когда его заключение в соответствии с законодательством допускается только путем проведения торгов. Допускается изменение договора по основаниям, установленным законом и по иным основаниям, если это не повлияет на его условия, имевшие существенное значение для определения цены на торгах.

В силу указанных положений соглашения о переуступке или изменению заключенного по результатам торгов договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции признаются недействительными ([статья 168](#) Гражданского кодекса Российской Федерации). При этом стороны договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций вправе заключить дополнительное соглашение к договору, если оно не меняет существенных условий данного договора.

IV. О демонтаже незаконно установленных рекламных конструкций

5. Обязательное требование ([часть 10 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе"): "Установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, не допускаются."

Установка и эксплуатация рекламной конструкции без действующего разрешения не допускаются согласно [части 10 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе". Данная [норма](#) также определяет последствия выявления конструкции, установленной и эксплуатируемой без соответствующего разрешения - такая конструкция подлежит демонтажу на основании предписания органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа, на территориях которых установлена рекламная конструкция.

[Части 10, 21, 21.1, 21.2, 21.3 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" предусматривают действия органов местного самоуправления в случае выявления рекламной конструкции, установленной и эксплуатируемой без разрешения, срок действия которого не истек, а также действия органа местного самоуправления, если владелец рекламной конструкции, установленной и эксплуатируемой без действующего разрешения, не выполнит предписание органа местного самоуправления.

При этом выдача предписания о демонтаже рекламной конструкции, установленной и эксплуатируемой в отсутствие разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, срок действия которого не истек, а также демонтаж рекламной конструкции, в случае, установленном Федеральным [законом](#) "О рекламе", является обязанностью, а не правом органа местного самоуправления. Для реализации данного правомочия не требуется обращение в судебные инстанции.

Если в установленный срок владелец рекламной конструкции не выполнил указанную в [части 21 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" обязанность по демонтажу рекламной конструкции или владелец рекламной конструкции неизвестен, орган местного самоуправления выдает предписание о демонтаже рекламной конструкции собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, за исключением случая присоединения рекламной конструкции к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, обязан демонтировать рекламную конструкцию в течение месяца со дня выдачи соответствующего предписания ([часть 21.1 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе").

В случае если в установленный срок собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, также не выполнил обязанность по демонтажу рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец данного недвижимого имущества неизвестен, демонтаж рекламной конструкции, ее хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет средств местного бюджета ([часть 21.2 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе").

Учитывая изложенное, Федеральным [законом](#) "О рекламе" установлен порядок демонтажа рекламной конструкции, в соответствии с которым орган местного самоуправления выдает предписание о демонтаже рекламной конструкции соответствующему обязанному лицу, и в случае, если данное лицо не исполняет указанное предписание, а также в случае, если рекламная конструкция присоединена к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, демонтаж рекламной конструкции, ее хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет средств местного бюджета.

Неисполнение указанной обязанности органом местного самоуправления может подпадать под признаки нарушения [части 1 статьи 15](#) Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (далее - Федеральный закон "О защите конкуренции").

Признаки нарушения [части 1 статьи 15](#) Федерального закона "О защите конкуренции" могут

усматриваться в бездействии органа местного самоуправления, выраженном в неисполнении обязанности по осуществлению действий по демонтажу рекламных конструкций, установленных и эксплуатируемых без действующего разрешения, по истечении срока действия ранее заключенного договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Статья 39.1 Федерального закона "О защите конкуренции" предусматривает в случае выявления признаков нарушения **статьи 15** данного закона выдачу антимонопольным органом хозяйствующему субъекту, федеральному органу исполнительной власти, органу государственной власти субъекта Российской Федерации, органу местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов органу или организации предупреждения в письменной форме о прекращении действий (бездействия), об отмене или изменении актов, которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства, либо об устранении причин и условий, способствовавших возникновению такого нарушения, и о принятии мер по устранению последствий такого нарушения.

Такое предупреждение антимонопольного органа, по мнению ФАС России, должно содержать указание на необходимость совершения органом местного самоуправления действий, направленных на демонтаж рекламных конструкций, установленных и эксплуатируемых без действующего разрешения.

**V. О звуковом оборудовании, транслирующем рекламу,
а также музыку или иную информацию, не являющуюся рекламой
и не содержащую рекламу, а также социальную рекламу
на внешних стенах зданий, строений, сооружений**

6. Обязательное требование (**часть 3.2 статьи 19** Федерального закона "О рекламе"): "Распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, не допускается."

В соответствии с указанной нормой запрещается распространение звуковой рекламы, транслируемой с использованием звукотехнического оборудования, которое монтируется и располагается на любых зданиях, строениях, сооружениях, с их внешней стороны. При этом законодатель не ограничивает действие нормы только зданиями, строениями или сооружениями, которые относятся к недвижимому имуществу. Соответственно, в случае размещения звукотехнического оборудования, транслирующего рекламу, на внешних стенах или конструктивных элементах строения или сооружения, которое не относится к недвижимому имуществу, такая реклама также будет нарушать положения **части 3.2 статьи 19** Федерального закона "О рекламе".

Таким образом, звукотехническое оборудование, с использованием которого осуществляется распространение звуковой рекламы, стационарно, прочно закрепленное на объекте недвижимого имущества и не предназначенное для перемещения, должно относиться к рекламной конструкции в виде "иного технического средства стабильного территориального размещения". Данный вывод также следует из анализа положений **части 3.2 статьи 19** Федерального закона "О рекламе", включенной в состав **статьи** под названием "наружная реклама и установка рекламных конструкций" в совокупности с применяемой для данной **статьи** терминологией и сущности правоотношений по распространению рекламы. В таком случае, к такой рекламной конструкции органы местного самоуправления вправе применять меры, предусмотренные **статьей 19** Федерального закона "О рекламе" для демонтажа рекламной конструкции, установленной и эксплуатируемой без действующего разрешения.

В соответствии с **пунктом 23 части 2 статьи 2** Федерального закона от 30.12.2009 N 384-ФЗ "Технический регламент о безопасности зданий и сооружений" под сооружением понимается результат строительства, представляющий собой объемную, плоскостную или линейную строительную систему, имеющую наземную, надземную и (или) подземную части, состоящую из несущих, а в отдельных случаях и ограждающих строительных конструкций и предназначенную для выполнения производственных процессов различного вида, хранения продукции, временного пребывания людей, перемещения людей и грузов.

По мнению антимонопольного органа, к сооружениям могут быть отнесены в том числе линии электропередач, столбы освещения, остановочные пункты движения общественного транспорта.

В настоящее время определения понятия конструктивного элемента здания в законодательстве не содержится.

Вместе с тем, исходя из сложившейся судебной практики, под конструктивным элементом здания, строения, сооружения понимается любая часть здания, строения, сооружения, не являющаяся самостоятельным объектом недвижимости.

Так, например, по мнению антимонопольного органа, под иными конструктивными элементами здания, строения, сооружения, указанными в [статье 19](#) Федерального закона "О рекламе", могут пониматься представляющие собой часть такого объекта недвижимого имущества крыльцо, наружные лестницы, балконы, лоджии, террасы, веранды, отдельные стойки (колонны, столбы) для поддержки перекрытий, стен или крыши.

Приведенный перечень не является исчерпывающим.

Следовательно, распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на элементах таких сооружений как линии электропередач и столбы освещения Федеральным [законом](#) "О рекламе" не допускается.

При этом указанная [норма](#) Федерального закона "О рекламе" не обуславливает данный запрет каким-либо расстоянием до жилых домов.

Требования [части 3.2 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" не применяются к звуковой рекламе, которая распространяется с использованием звукотехнического оборудования, размещаемого не на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений.

Как следствие, само по себе распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, размещаемого не на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, нарушением требований Федерального [закона](#) "О рекламе" не является.

Необходимо отметить, что распространение звуковой рекламы, которая распространяется с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах любых зданий, строений, сооружений, в том числе на территориях городских парков, набережных, уличных ледовых катков, иных спортивных площадок, пляжей, городских ярмарок, не допускается вне зависимости от заключенных гражданских-правовых договоров на распространение рекламы, а также вне зависимости от уровня громкости такой рекламы.

Положения [части 3.2 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" распространяются исключительно на конструкции, транслирующие рекламу.

На звуковое оборудование, транслирующее музыку или иную информацию, не являющуюся рекламой и не содержащую рекламу, положения Федерального [закона](#) "О рекламе", в частности [части 3.2 статьи 19](#) указанного закона, не распространяются.

При этом положения [части 3.2 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" не закрепляют запрет распространения звуковой рекламы в зависимости от способов установки звукоспроизводящих устройств, Учитывая изложенное, [часть 3.2 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе" запрещает распространение звуковой рекламы на любых конструкциях, в том числе не являющихся рекламными конструкциями, которые монтируются и располагаются на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений.

Так, например, колонка, воспроизводящая рекламу, которая закреплена на столбе, прочно связанным с землей, подпадает под запрет [части 3.2 статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе".

Вместе с тем орган местного самоуправления в рамках полномочий, предоставленных ему Федеральным [законом](#) N 131-ФЗ, вправе определять порядок и возможность размещения звуковой рекламы, которая распространяется не на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, в соответствующем нормативном акте.
