



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)

ЗАМЕСТИТЕЛЬ
РУКОВОДИТЕЛЯ

Руководителям
территориальных органов
ФАС России

Садовая Кудринская, 11
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24
delo@fas.gov.ru <http://www.fas.gov.ru>

10.05.2016 № АК/30844/16

На № _____ от _____

О порядке размещения органами местного самоуправления социальной рекламы на рекламных конструкциях, находящихся в муниципальной собственности

Во исполнение пункта 1 Итоговых решений протокола регионального семинара-совещания территориальных органов ФАС России Приволжского федерального округа (16, 17 июня 2015 года, г. Чебоксары), ФАС России направляет разъяснение о порядке размещения органами местного самоуправления социальной рекламы на рекламных конструкциях, находящихся в муниципальной собственности.

В соответствии с пунктом 11 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» социальная реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Таким образом, социальная реклама не преследует коммерческих целей, не формирует интереса к товару для его продвижения на рынке, под социальной рекламой понимается исключительно информация, направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

При этом требования к социальной рекламе установлены статьей 10 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 1 статьи 10 Федерального закона «О рекламе» рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические лица, юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы,



87981

которые не входят в структуру органов местного самоуправления.


Таким образом, Федеральный закон «О рекламе» содержит нормы, позволяющие всем заинтересованным лицам размещать социальную рекламу. Выбор тематики социальной рекламы осуществляется непосредственно заказчиком такой социальной рекламы.

Согласно части 2 статьи 10 Федеральный закон «О рекламе» органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, осуществляют закупки работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Таким образом, размещение органами местного самоуправления социальной рекламы на рекламных конструкция, находящихся в собственности хозяйствующих субъектов, должно осуществляться с учетом положений Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Кроме того, следует иметь в виду, что по смыслу части 5 статьи 19 Федерального закона «О рекламе», заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только в том случае, если владелец рекламной конструкции и собственник недвижимого имущества или уполномоченное им лицо – разные лица.

Соответственно, законодательство о рекламе не предусматривает возможности заключения договора и, как следствие, проведения процедуры торгов для размещения собственной рекламной конструкции на собственном недвижимом имуществе.



А.Б. Кашеваров