

ФАС: органы местного самоуправления должны контролировать демонтаж незаконных рекламных конструкций

28 марта 2024, 10:00

Об этом рассказала заместитель руководителя ФАС России Карина Таукенова на заседании Экспертного совета по вопросам законодательства о рекламе

Владельцы рекламных конструкций, установленных без разрешения органов местного самоуправления и без включения в схему размещения рекламных конструкций, получают необоснованные преимущества перед добросовестными конкурентами и не направляют выплаты в бюджет муниципалитетов.

Закон о рекламе* не допускает установку и эксплуатацию рекламной конструкции без соответствующего разрешения. Такая конструкция подлежит демонтажу на основании предписания органа местного самоуправления. Если владелец незаконной рекламной конструкции не выполняет предписание, местная администрация должна демонтировать такую конструкцию самостоятельно.** При этом орган местного самоуправления имеет право обратиться за возмещением денежных средств, затраченных на проведение работ.

ФАС России напоминает, что неисполнение этой обязанности органом местного самоуправления может подпадать под признаки нарушения Закона о защите конкуренции.*** В этом случае служба выдает администрации предупреждение и возбуждает антимонопольное дело при его неисполнении.

В 2023 году антимонопольные органы при оценке соблюдения антимонопольного законодательства в 18 регионах выдали 142 предупреждения органам местного самоуправления в отношении 2228 незаконных конструкций. На данный момент 91 предупреждение в отношении 295 конструкций было исполнено.

Кроме того, территориальные органы ведомства возбудили 17 дел о нарушении органами местного самоуправления Закона о защите конкуренции. После их рассмотрения было принято 12 решений о признании действий органов местного самоуправления нарушением антимонопольного законодательства.

ФАС России продолжит контроль за устранением незаконно размещенных рекламных конструкций.

Кроме того, члены Экспертного совета обсудили разработанный ФАС России проект Добросовестных практик поведения блогеров (инфлюенсеров) при размещении рекламы и платной информации. По мнению службы, такие практики станут актом саморегулирования добросовестных блогеров, которые не хотят вводить в заблуждение подписчиков относительно использования товаров, которые появляются у блогеров в ресурсах.

Участники встречи озвучили замечания и предложения по усовершенствованию практик,

которые будут учтены службой при дальнейшей проработке документа.

Также члены Экспертного совета оценили рекламный ролик одного из ведущих банков на наличие признаков нарушения Закона о рекламе. Служба учтет мнение экспертов при вынесении решения.

** Часть 10 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»*

*** Части 10, 21, 21.1, 21.2, 21.3 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»*

**** Часть 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»*