

Местные власти должны производить демонтаж незаконно установленных рекламных конструкций

30 сентября 2019, 11:30

В противном случае антимонопольные органы могут расценивать такое бездействие как ограничение конкуренции

"Есть добросовестные предприниматели, которые принимают участие в торгах, выигрывают их и размещают свои рекламные конструкции на законных основаниях. А есть такие, которые устанавливают свои конструкции в нарушение закона, но, тем не менее, получают от такой деятельности не только прибыль, но и незаконное преимущество в конкурентной борьбе", — заявила начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяна Никитина в ходе сессии "Наружная реклама: современное состояние и перспективы развития рынка" XX Международного рекламного форума.

"Такие конструкции должны выявляться и демонтироваться органами местного самоуправления: это их обязанность и зона ответственности", — подчеркнула спикер.

Ведомство подготовило рекомендации для региональных и местных властей, а также территориальных органов ФАС России о соблюдении рекламного и антимонопольного законодательства. Они содержат примеры выявленных нарушений, выразившихся в ограничении конкуренции на рынке наружной рекламы:

"Размещение рекламных конструкций без разрешений органов местного самоуправления недопустимо. В случае обнаружения таковых, органам местного самоуправления необходимо их демонтировать".

Документ также содержит требование к своевременной актуализации схем размещения рекламных конструкций с выданными разрешениями.

Невнесение данных о выданных разрешениях в схему размещения рекламных конструкций само по себе может быть нарушением Закона о рекламе. Однако такие действия также могут рассматриваться ФАС России в качестве ограничения конкуренции.

"Актуализация схемы важна для того, чтобы лица, планирующие участие в торгах, могли адекватно оценить эффект от использования того или иного места, предназначенного для установки рекламной конструкции", — пояснила Татьяна Никитина.

Говоря об уже преодоленных противоречиях между так называемыми ГОСТом по наружной рекламе и дорожным ГОСТом, начальник Управления контроля рекламы и

недобросовестной конкуренции ФАС России отметила, что при регулировании рекламной отрасли ведомство исходит из того, что необходимо помогать предпринимателям работать, сохраняя некоторую законодательную стабильность. Поскольку постоянное изменение государством норм и правил поведения хозяйствующих субъектов может негативно сказываться на их деятельности.

[photo_1408]