

Размещение образовательной организации информации сторонних организаций на информационных стендах

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама – 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.

Соответственно, размещение образовательной организацией на информационных стендах какой-либо информации, направленной на привлечение внимание, например, к магазину канцтоваров, к занятиям в спортивных секциях и т.д. будет являться рекламой.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Как следствие, образовательная организация при размещении рекламы на своих информационных стендах будет являться рекламодателем и будет обязана соблюдать как общие требования и ограничения, установленные Законом о рекламе, так и требования, предъявляемые законодательством непосредственно к рекламодателю.

Так, на основании ч. 10.2 ст. 5 Закона о рекламе не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», в том числе в предназначенных для детей образовательных организациях, или на расстоянии менее чем сто метров по прямой линии без учета искусственных и естественных преград от ближайшей точки, граничащей с территориями указанных организаций.

В тоже время в образовательных организациях запрещена к размещению реклама алкогольной продукции и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений (п. 6 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе).

Одновременно с этим, некоторые важные особенности предусмотрены при размещении рекламы на информационных стендах образовательных организаций, являющихся государственными или муниципальными учреждениями.

Государственное или муниципальное учреждение может осуществлять приносящую доходы деятельность, только если такое право предусмотрено в его учредительном документе (ст. 298 Гражданского кодекса Российской Федерации, ч. 3 ст. 161 Бюджетного кодекса Российской Федерации, абзац второй п. 4 ст. 9.2 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», ч. 7 ст. 4 Федеральный закон от 03.11.2006 № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях»).

Следовательно, образовательные организации, являющиеся государственными или

муниципальными учреждениями, вправе размещать рекламу сторонних организаций в случае наличия соответствующего вида деятельности в уставе.

Вместе с тем, в силу п. 1 ст. 296 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) учреждение, за которыми имущество закреплено на праве оперативного управления, если иное не установлено законом, распоряжаются этим имуществом с согласия собственника этого имущества.

Автономное учреждение без согласия собственника не вправе распоряжаться недвижимым имуществом и особо ценным движимым имуществом, закрепленными за ним собственником или приобретенными автономным учреждением за счет средств, выделенных ему собственником на приобретение такого имущества. Остальным имуществом, находящимся у него на праве оперативного управления, автономное учреждение вправе распоряжаться самостоятельно, если иное не установлено Федеральным законом от 03.11.2006 № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях» (п. 2 ст. 298 ГК РФ).

Бюджетное учреждение без согласия собственника не вправе распоряжаться особо ценным движимым имуществом, закрепленным за ним собственником или приобретенным бюджетным учреждением за счет средств, выделенных ему собственником на приобретение такого имущества, а также недвижимым имуществом. Остальным имуществом, находящимся у него на праве оперативного управления, бюджетное учреждение вправе распоряжаться самостоятельно, если иное не установлено Федеральным законом от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» (п. 3 ст. 298 ГК РФ).

Казенное учреждение не вправе отчуждать либо иным способом распоряжаться имуществом без согласия собственника имущества (п. 4 ст. 298 ГК РФ).

В свою очередь, в соответствии с ч. 1 ст. 17.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) заключение договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав владения и (или) пользования в отношении государственного или муниципального имущества, не закрепленного на праве хозяйственного ведения или оперативного управления, может быть осуществлено только по результатам проведения конкурсов или аукционов на право заключения этих договоров, за исключением случаев, установленных п.п. 1-17 ч. 1 ст. 17.1 Закона о защите конкуренции.

Таким образом, при размещении рекламы сторонних организаций образовательные организации фактически передают в пользование этим организациям принадлежащее им на праве оперативного управления имущество для размещения рекламы, как следствие, образовательным организациям, являющимся государственными или муниципальными учреждениями, необходимо соблюдать требования и ограничения, установленные ст. 298 ГК РФ и ст. 17.1 Закона о защите конкуренции.

Учитывая вышеизложенное, можно заключить, что в случае размещения образовательной организацией, являющейся государственным или муниципальным учреждением, на своих информационных стендах различной рекламы, например рекламы магазина канцтоваров, спортивных секций и пр., то необходимо наличие такого вида деятельности в уставе, а также необходимо соблюдения требований в части распоряжения имуществом, находящимся в оперативном управлении.

Однако, следует отметить, что если образовательная организация, являющаяся государственным или муниципальным учреждением, на своих информационных стендах

размещает рекламу, например, канцтоваров, реализуемых самостоятельно, своих спортивных секций, оказывающих платные услуги, то указанные требования и ограничения не распространяются, однако обязательны к соблюдению общие требования, установленные Законом о рекламе.