



Верховний
Суд

ОГЛЯД
судової практики
Касаційного адміністративного
суду у складі Верховного Суду
у спорах у сфері розміщення
зовнішньої реклами

Рішення, внесені до ЄДРСР,
за січень 2018 року – листопад 2021 року

Зміст

1. Висновки щодо компетенції суб'єктів владних повноважень на здійснення функцій контролю (нагляду) у сфері дотримання законодавства про розміщення реклами	4
1.1. Про відсутність повноважень у виконавчих органів міських рад на здійснення заходів державного нагляду (контролю) у сфері рекламних послуг	4
1.2. Щодо повноважень органів місцевого самоврядування на встановлення порядку демонтажу рекламних конструкцій	5
1.3. З приводу компетенції органів Державної інспекції з питань захисту прав споживачів здійснювати контроль за дотриманням суб'єктами господарювання законодавства про рекламу та її меж	7
1.4. Про відсутність у Національної поліції функції контролю у сфері розповсюдження реклами	9
2. Спори, пов'язані з видачею, продовженням строку дії, скасуванням (анулюванням) дозволів у сфері розміщення реклами	11
2.1. Дозвіл на розміщення зовнішньої реклами видається на підставі рішення та не може його підмінювати	11
2.2. Про обов'язок суб'єкта владних повноважень здійснити перевірку місця розташування рекламного засобу до надання зацікавленій стороні пріоритетів на нього	12
2.3. Про можливість встановлення додаткових умов, з якими пов'язана чинність дозволу на розміщення реклами	14
2.4. Щодо процедури погодження дозволу на розміщення реклами органами Державної автомобільної інспекції	17
2.5. Про участь контролюючих органів в процедурі погодження дозвільної документації на розміщення зовнішньої реклами	18
2.6. Про відсутність необхідності в отриманні дозволу на розміщення зовнішньої реклами на об'єктах залізничного транспорту та території залізниці	21
3. Спори, пов'язані з віднесенням інформаційних вивісок до реклами	23
3.1. Про відсутність необхідності в отриманні дозвільних документів при розміщенні вивісок	23
3.2. Про відмінність змістового наповнення вивіски з написом «нотаріус» від загального визначення поняття реклами	25
3.3. Про критерії, за якими вивіска відрізняється від реклами	26
3.4. Про відсутність у використанні загальновідомих знаків ознак реклами	28

3.5. Про необхідність отримання відповідного дозволу на розміщення інформації про курси купівлі та продажу іноземних валют у разі розміщення її поза межами приміщення, де вони надаються	30
4. Спори, пов'язані з притягненнями до відповідальності за порушення у сфері розміщення реклами	32
4.1. Про відсутність порушення законодавства у сфері реклами через зображення оголеного торсу людини на рекламному носії	32
4.2. Про категорії осіб, які можуть бути суб'єктами відповідальності у сфері реклами	34
4.3. Про умови притягнення особи до відповідальності у разі встановлення у його діях стимулювання продажу тютюну	36

1. Висновки щодо компетенції суб'єктів владних повноважень на здійснення функцій контролю (нагляду) у сфері дотримання законодавства про розміщення реклами

1.1. Про відсутність повноважень у виконавчих органах міських рад на здійснення заходів державного нагляду (контролю) у сфері рекламних послуг

Для реалізації повноважень у сфері державного нагляду (контролю) необхідно, щоб відповідні повноваження були прямо передбачені законом. Повноваження органів місцевого самоврядування та їх виконавчих органів врегульовані Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні», однак положення цього Закону не містять повноважень таких органів на здійснення заходів щодо державного нагляду (контролю) у сфері рекламних послуг

20 листопада 2019 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційні скарги Комунального підприємства «Одесреклама» та Управління реклами Одеської міської ради на постанову Приморського районного суду м. Одеси від 23 липня 2015 року та ухвалу Одеського апеляційного адміністративного суду від 01 жовтня 2015 року у справі №522/19532/14а за позовом Товариства з обмеженою відповідальністю «СЕАН» до Управління реклами Одеської міської ради, Комунального підприємства «Одесреклама» про визнання дій протиправними, визнання протиправним та скасування припису і направлень.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

ТОВ «СЕАН» згідно з дозволами на розміщення зовнішньої реклами <...> розміщує рекламні конструкції на території міста Одеси.

Наказом в.о. директора КП «Одесреклама» 01 липня 2014 року №20 затверджено єдину форму маркування рекламних засобів міста Одеси.

Управлінням реклами Одеської міської ради надіслано керівникам рекламних компаній припис №01-30/2638 з вимогою у строк до 11 липня 2014 року забезпечити маркування рекламних засобів відповідно до наданого додатку.

25 вересня 2014 року КП «Одесреклама» прийнято наказ №38 «Про проведення інвентаризації рекламних засобів типу «сіті-лайт» та більшого формату, розміщених на території міста Одеси», у ход здійснення якої, інспекторами відділу інспекційної роботи зафіксовано порушення, зокрема, ТОВ «СЕАН» пункту 6.20. Правил розміщення зовнішньої реклами в місті Одесі у новій редакції, а саме – розміщення рекламних конструкцій без маркування єдиної форми, про що було повідомлено як порушника так і Управління реклами Одеської міської ради.

В ніч з 7 на 8 жовтня 2014 року КП «Одесреклама» демонтовано рекламні конструкції ТОВ «СЕАН», про що складені відповідні акти та повідомлено підприємство.

ОЦІНКА СУДУ

У цій справі Верховний Суд досліджував можливість застосування до правовідносин з перевірки законності встановлення і маркування рекламних засобів положень Закону України "Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності".

Переглядаючи цей спір в касаційному порядку, Верховний Суд виходив з того, що здійснення для реалізації суб'єктом повноважень у сфері державного нагляду (контролю) необхідно щоб відповідні повноваження були прямо передбачені законом.

Повноваження органів місцевого самоврядування та їх виконавчих органів врегульовані Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні», однак положення цього Закону не містять повноважень таких органів на здійснення заходів щодо державного нагляду (контролю) у сфері рекламних послуг.

Крім цього такі повноваження органів місцевого самоврядування та їх виконавчих органів також не передбачені нормами Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» та Закону України «Про рекламу», які відносяться до спеціального законодавства, що регулює правовідносини у цій сфері.

За такого правового регулювання Верховний Суд дійшов висновку, що відповідач не мав повноважень вживати заходи державного контролю, передбачені Законом України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності».

Відповідно до Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року №2067 передбачено, що в разі невиконання у визначений строк вимог про усунення порушень, виконавчі органи міських рад подають інформацію спеціально уповноваженому органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Таким чином, в разі виявлення невиконання вимоги щодо маркування рекламних засобів відповідач, діючи в межах визначеної законом компетенції, вправі був звернутись до уповноваженого органу державного нагляду (контролю).

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 20 листопада 2019 року у справі № 522/19532/14а можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/85774693>.

1.2. Щодо повноважень органів місцевого самоврядування на встановлення порядку демонтажу рекламних конструкцій.

Нормативне визначення і встановлення порядку демонтажу рекламних конструкцій на рівні актів органів місцевого самоврядування спрямовано на розкриття і деталізацію порядку здійснення органами місцевого самоврядування повноважень з організації та контролю благоустрою

населеного пункту і не може вважатися таким, що здійснюється органами місцевого самоврядування поза межами їх повноважень до моменту врегулювання відповідного питання на законодавчому рівні

19 квітня 2021 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Виконавчого комітету Харківської міської ради на рішення Харківського окружного адміністративного суду від 25 червня 2020 року та постанову Другого апеляційного адміністративного суду від 12 січня 2021 року у справі № 520/660/2020 за позовом Товариства з обмеженою відповідальністю "Торговий Дім "САН ОЙЛ" до Виконавчого комітету Харківської міської ради про визнання протиправним та нечинним порядку.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

Товариство з обмеженою відповідальністю «Торговий дім «САН ОЙЛ» встановило на АЗС інформаційні табло та об'ємні літери на фасаді.

25 вересня 2019 року представниками Виконавчого комітету Харківської міської ради було здійснено перевірку дотримання позивачем порядку розміщення зовнішньої реклами у місті Харкові.

За результатом перевірки був винесений припис про усунення порушень порядку розміщення зовнішньої реклами у місті Харкові, яким встановлено відсутність дозволу на розміщення зовнішньої реклами та зобов'язано у п'ятиденний строк усунути порушення шляхом демонтажу рекламних конструкцій.

Представник позивача 22 листопада 2019 року звернувся до Державної регуляторної служби України щодо належності рішення виконавчого комітету Харківської міської ради від 22 червня 2011 року № 444 «Про затвердження Порядку виявлення демонтажу, обліку, зберігання спеціальних конструкцій зовнішньої реклами, розміщених на території міста Харкова» з порушенням законодавства про рекламу та благоустрій населених пунктів, подальшого розповсюдження ними» до категорії регуляторних актів і його відповідності вимогам чинного законодавства України.

Державною регуляторною службою України на зазначене звернення було надано відповідь, в якій зазначено, що чинними законами України не передбачено повноважень органів місцевого самоврядування стосовно нормативного врегулювання питань демонтажу спеціальних конструкцій зовнішньої реклами.

Вважаючи п. 4.7, 4.8, 4.10, 4.12, 4.16, 4.17 Порядку протиправними і такими, що суперечать чинному законодавству про рекламу та благоустрій населених пунктів, позивач звернувся за захистом своїх прав до суду з цим позовом.

ОЦІНКА СУДУ

Спірним питання у розгляді цієї справи було з'ясування наявності/відсутності у органів місцевого самоврядування компетенції

на прийняття окремого нормативного-правового акту, предметом регулювання якого були б правовідносини з питань видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами.

За результатами системного аналізу Закону України «Про рекламу», Закону України «Про місцеве самоврядування», Типових правил розміщення зовнішньої реклами, Верховний Суд дійшов висновку, що до компетенції органів місцевого самоврядування належить питання регулювання правовідносин щодо розміщення зовнішньої реклами і законодавством передбачено повноваження виконавчого комітету міської ради на прийняття Порядку, який би врегулював правовідносини з питань видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами.

На зауваження позивача щодо відсутності на законодавчому рівні визначення поняття демонтажу рекламних конструкцій, як і не розкрито порядок здійснення демонтажу рекламних конструкцій, які розміщено з порушенням вимог законодавства, Верховний Суд пояснив, що згідно Типових правил конкретизація визначення демонтажу і порядку здійснення демонтажу спеціальних конструкцій зовнішньої реклами визначається Правилами розміщення реклами, затвердженими органами місцевого самоврядування на відповідній території.

Верховний Суд вважає, що нормативне визначення і встановлення порядку демонтажу рекламних конструкцій на рівні актів органів місцевого самоврядування спрямовано на розкриття і деталізацію порядку здійснення органами місцевого самоврядування повноважень з організації та контролю благоустрою населеного пункту і не може вважатися таким, що здійснюється органами місцевого самоврядування поза межами їх повноважень до моменту врегулювання відповідного питання на законодавчому рівні.

Таким чином Верховний Суд констатував відповідність оскаржуваних пунктів Порядку виявлення, демонтажу, обліку, зберігання спеціальних конструкцій зовнішньої реклами, розміщених на території міста Харкова положенням законодавства про рекламу та благоустрій населених пунктів.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 19 квітня 2021 року у справі № 520/660/2020 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/96368804>.

1.3. З приводу компетенції органів Державної інспекції з питань захисту прав споживачів здійснювати контроль за дотриманням суб`єктами господарювання законодавства про рекламу та її меж

Законодавством, чинним на момент виникнення спірних правовідносин, регламентовано повноваження органів Держспоживінспекції здійснювати контроль за дотриманням суб`єктами господарювання законодавства про рекламу та застосовувати до них штрафні санкції у разі виявлення відповідних порушень, зокрема у вигляді рекламування алкогольних напоїв, знаків

для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, поза місцем торгівлі ними у розумінні статті 1 Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів»

23 вересня 2021 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційні скарги Фізичної особи-підприємця ОСОБА_1 та Головного управління Держпродспоживслужби в Одеській області на постанову Київського апеляційного адміністративного суду від 21 грудня 2016 року у справі № 826/24133/15 за позовом Фізичної особи-підприємця ОСОБА_1 до Державної інспекції України з питань захисту прав споживачів, третя особа: Державна інспекція з питань захисту прав споживачів в Одеській області, про визнання протиправним та скасування рішення.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

ОСОБА_1 є фізичною особою-підприємцем, у якої є ліцензія на здійснення роздрібної торгівлі алкогольними напоями за АДРЕСА_1.

16 липня 2015 року Інспекцією з питань захисту прав споживачів в Одеській області було складено вимогу, в якій зазначено про виявлення на літньому майданчику та на пляжі реклами алкогольних напоїв, знаків для товарів, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, у зв'язку з чим позивача зобов'язано надати у триденний строк відповідні документи та письмові пояснення щодо виявлених порушень.

За наслідками виконання цього припису, Інспекцією було складено стосовно позивача протокол про порушення статті 22 Закону України «Про реклами» з причин недотримання ним порядку розповсюдження та розміщення зовнішньої реклами на літньому майданчику біля набережної та на пляжі.

Згодом відповідачем було призначено справу про порушення законодавства про рекламу до розгляду, наслідком якої стало встановлення допущення позивачем порушення законодавства про рекламу та прийняття рішення про накладення на нього штрафу в розмірі 45400,00 грн.

Не погоджуючись із прийнятим рішенням, позивач звернувся до суду з вимогою про його скасування.

ОЦІНКА СУДУ

Спірні правовідносини врегульовані Конституцією України, Законами України «Про рекламу» від 03 липня 1996 № 270/96-ВР (далі - Закон №270/96-ВР), «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» від 19 грудня 1995 №481/95-ВР (далі - Закон №481/95-ВР), «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» від 05 квітня 2007 №877-V (далі - Закон № 877-V), Порядком накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 26 травня 2004 №693 (далі - Порядок №693).

Верховний Суд проаналізувавши наведені положення законодавства на предмет наявності у відповідача компетенції на здійснення функції контролю у сфері реклами дійшов висновку, що законодавством регламентовано повноваження органів Держспоживінспекції здійснювати контроль за дотриманням суб'єктами господарювання законодавства про рекламу та застосовувати до них штрафні санкції у разі виявлення відповідних порушень, зокрема у вигляді рекламування алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, поза місцем торгівлі ними у розумінні ст. 1 Закону № 481/95-ВР.

При цьому звернув увагу скажника на ту обставину, що правовідносини, пов'язані з встановленням обмеження на проведення перевірок Держінспекцією з питань захисту прав споживачів не регулювались Законом України "Про внесення змін до податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи" від 28 грудня 2014 року № 71-VIII, а тому міркування позивача про протиправне проведення щодо нього перевірки в період дії мораторію є хибними.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 23 вересня 2021 року у справі № 826/24133/15 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/99860883>.

1.4. Про відсутність у Національної поліції функції контролю у сфері розповсюдження реклами

Норми законодавства не наділяють Національну поліцію повноваженнями контролю за додержанням Закону України «Про рекламу», а також Типових правил розміщення зовнішньої реклами та правами вносити вимоги (приписи) суб'єктам господарювання про усунення порушень вимог ДСТУ при розташуванні спеціальної конструкції для розміщення зовнішньої реклами

11 лютого 2020 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Управління патрульної поліції в місті Дніпрі на постанову Дніпропетровського окружного адміністративного суду від 30 червня 2017 року та постанову Дніпропетровського апеляційного адміністративного суду від 19 вересня 2017 року справа № 804/1051/17 за позовом Товариства з обмеженою відповідальністю «КЛІА МЕДІА» до Управління патрульної поліції в місті Дніпрі Департаменту патрульної поліції, третя особа - начальник управління патрульної поліції в місті Дніпрі старший лейтенант поліції Богонос Володимир Романович, про визнання протиправною та скасування вимоги.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

19 січня 2017 року ТОВ «КЛІА МЕДІА» отримало вимогу (припис) від 10 січня 2017 року начальника Управління патрульної поліції в місті Дніпрі

старшого лейтенанта поліції Богоноса В.Р., винесену на підставі статті 523 Закону України «Про дорожній рух», якою позивача зобов'язано усунути порушення при розміщенні зовнішніх рекламоносіїв, а саме пунктів 3.7.1-3.7.4 ДСТУ 3587-97 за АДРЕСА_1.

Підставою для проведення перевірки стало звернення громадянина ОСОБА_1 до начальника Управління патрульної поліції в м. Дніпрі Департаменту патрульної поліції про здійснення реагування в межах компетенції та у порядку, визначеному законом на порушення ДСТУ 3587-97 щодо розміщення рекламоносіїв.

За результатами розгляду зазначеного звернення відповідачем було здійснено перевірку відповідності розміщення рекламоносіїв за вищевказаними адресами та про встановлені порушення було зазначено у таблицях, а саме: рекламоносій розміщено менше ніж за 10 м до дороги, кут відносно дороги більше 45 градусів, відсутня на опорі світлоповертаюча дорожня розмітка заввишки до 2 м, майже у всіх випадках встановлено порушення менше 50 м від перехресть та пішохідних переходів, лише у деяких випадках декоративно не оформлено ф/блок та в одному перерізі з дорожніми знаками та світлофорами.

Вважаючи вимогу (припис) від 10 січня 2017 року протиправним, позивач звернувся до суду з даним позовом.

ОЦІНКА СУДУ

Законом України «Про Національну поліцію» від 2 липня 2015 року №580-УІІ (далі – Закон №580-VIII) визначені завдання поліції, якими є надання поліцейських послуг у сферах: забезпечення публічної безпеки і порядку; охорони прав і свобод людини, а також інтересів суспільства і держави; протидії злочинності; надання в межах, визначених законом, послуг з допомоги особам, які з особистих, економічних, соціальних причин або внаслідок надзвичайних ситуацій потребують такої допомоги.

Окрім того, повноваження Національної поліції у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху розкриті у положеннях статті 52-3 Закону України «Про дорожній рух».

Здійснивши аналіз наведених вище норм закону Верховний Суд дійшов висновку, що вони не наділяють Національну поліцію повноваженнями контролю за додержанням Закону України «Про рекламу», а також Типових правил розміщення зовнішньої реклами та правами вносити вимоги (приписи) суб'єктам господарювання про усунення порушень вимог ДСТУ при розташуванні спеціальної конструкції для розміщення зовнішньої реклами.

За такого правового регулювання Верховний Суд констатував, що приймаючи оскаржуване рішення (вимогу (припис)) відповідач діяв у спосіб, не передбачений статтею 19 Конституції України та законами України, поза межами наданих повноважень, тобто неправомірно.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 11 лютого 2020 року у справі № 804/1051/17 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/87516000>.

2. Спори, пов'язані з видачею, продовженням строку дії, скасуванням (анулюванням) дозволів у сфері розміщення реклами

2.1. Дозвіл на розміщення зовнішньої реклами видається на підставі рішення та не може його підмінювати

Отриманню дозвільного документа на розміщення зовнішньої реклами передують прийняття рішення виконавчим органом відповідного органу місцевого самоврядування. Таким чином, надане особою на підтвердження правомірності розташування рекламного засобу рішення виконавчого комітету не є дозволом на розміщення зовнішньої реклами

25 червня 2021 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу ПАТ «Шкірсировинний завод» на постанову П'ятого апеляційного адміністративного суду від 04 липня 2019 року у справі № 522/3279/17 за позовом Публічного акціонерного товариства «Шкірсировинний завод» до Управління реклами Одеської міської ради, за участі третьої особи, яка не заявляє самостійних вимог на предмет спору, на стороні відповідача - Комунального підприємства «Одесреклама», про скасування припису та зобов'язання вчинити дії.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

Рішенням виконавчого комітету Фонтанської сільської ради було надано ПАТ «Шкірсировинний завод» дозвіл на розміщення двосторонньої рекламної конструкції за АДРЕСА_1.

31 жовтня 2016 року Управління реклами Одеської міськради видало припис, яким вимагало від ПАТ «Шкірсировинний завод» здійснити протягом трьох днів з моменту отримання припису демонтаж рекламного засобу за АДРЕСА_1.

14 листопада 2016 року КП «Одесареклама» Одеської міськради здійснено демонтаж вищевказаного рекламного засобу про що складено акт.

Листом від 09 червня 2017 року Фонтанська сільрада на запит повідомила управління реклами Одеської міськради, що не видавала дозвіл ПАТ «Шкірсировинний завод» на розміщення реклами, оскільки АДРЕСА_1 відноситься до території міста Одеси.

Не погоджуючись із приписом Управління реклами Одеської міськради від 31 жовтня 2016 року, товариство звернулось до суду з цим позовом.

Приморський районний суд м. Одеси рішенням від 21 січня 2019 року частково задовольнив позовні вимоги та скасував припис відповідача від 31 жовтня 2016; у задоволенні решти позовних вимог – відмовив.

За результатами перегляду справи в апеляційному порядку, П'ятий апеляційний адміністративний суд скасував рішення суду першої інстанції, ухвалив нове, яким відмовив у задоволенні позовних вимог.

Суд апеляційної інстанції виходив із того, що наданий позивачем на підтвердження правомірності розташування рекламного засобу доказ (рішення виконавчого комітету органу місцевого самоврядування) не може вважатися належним, оскільки не є дозволом на розміщення зовнішньої реклами.

Верховний Суд залишив касаційну скаргу без задоволення, а рішення апеляційного суду – без змін.

ОЦІНКА СУДУ

Розміщення зовнішньої реклами регламентовано, зокрема, положеннями статті 16 Закону України «Про рекламу» (далі – Закон № 270/96-ВР) та Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 № 2067 (далі – Типові правила).

Частиною першою статі 16 Закону № 270/96-ВР визначено, що розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах провадиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад та в порядку встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Згідно із пунктом 2 Типових правил № 2067 дозвіл – це документ установленої форми, виданий розповсюдженню зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого органу сільської, селищної, міської ради, який дає право на розміщення зовнішньої реклами на певний строк та у певному місці.

Проаналізувавши наведені положення законодавства, Верховний Суд зазначив, що отриманню дозвільного документа на розміщення зовнішньої реклами передуює прийняття рішення виконавчим органом відповідного органу місцевого самоврядування.

Відтак, надане позивачем на підтвердження правомірності розташування рекламного засобу рішення виконавчого комітету органу місцевого самоврядування не є дозволом на розміщення зовнішньої реклами, у зв'язку із чим оскаржений припис, є таким, що ухвалений контролюючим органом на підставі, у межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 25 червня 2021 року у справі № 522/3279/17 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/97911621>.

2.2. Про обов'язок суб'єкта владних повноважень здійснити перевірку місця розташування рекламного засобу до надання зацікавленій стороні пріоритетів на нього

Після перевірки місця керівник дозвільного органу приймає рішення про встановлення за заявником пріоритету на заявлене місце або про відмову у встановленні пріоритету. Отримавши пріоритети на місця розташування

реklamних засобів, у особи були відсутні підстави для сумніву в тому, що уповноважений суб'єкт владних повноважень не дотримався покладених на нього законодавством обов'язків та не здійснив перевірку місця розташування рекламного засобу

27 лютого 2021 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу ТОВ "Прайм-груп" на рішення Окружного адміністративного суду м. Києва від 14 березня 2018 року та постанову Київського апеляційного адміністративного суду від 08 травня 2018 року справа № 826/13340/17 за позовом ТОВ «Прайм-груп» до Департаменту містобудування та архітектури Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) про визнання протиправним та скасування рішення, зобов'язання вчинити дії.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

ТОВ "Прайм-груп" звернулось до відповідача із заявами про видачу дозволів на розміщення зовнішньої реклами разом із необхідними документами за певними адресами.

Наказом від 01 листопада 2016 № 341 "Про встановлення строку пріоритетів" за позивачем встановлено пріоритети на місця розташування рекламних засобів згідно з додатком до цього наказу, в тому числі щодо об'єктів за вказаними адресами, та вирішено видати по два примірники дозволів на розміщення рекламних засобів для подальшого оформлення згідно з поданими заявками.

Відповідно до зазначеного наказу та на підставі укладених з КП "Київреклама" договорів позивач сплачував кошти за право тимчасового користування місцями для розміщення рекламних засобів.

Надалі ТОВ "Прайм-груп" відмовлено у видачі дозволів на встановлення рекламних засобів за вказаними адресами з огляду на відмову у погодженні видачі дозволів з боку відповідних комунальних підприємств міста Києва у зв'язку з невідповідністю розміщення рекламної конструкції вимогам розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)

Рішенням Окружного адміністративного суду м. Києва, залишеним без змін постановою Київського апеляційного адміністративного суду, в задоволенні адміністративного позову відмовлено.

Суди попередніх інстанцій керувалися тим, що саме по собі прийняття відповідачем оскаржуваного наказу про встановлення позивачеві строку дії пріоритетів на місця розташування рекламних засобів, за відсутності належної перевірки місць розташування цих рекламних засобів, не є достатньою підставою для визнання протиправним та його скасування судом.

Верховний Суд касаційну скаргу задовольнив частково; скасував рішення судів попередніх в частині та ухвалив нове рішення, яким визнав протиправним та скасувати наказ Департаменту містобудування та архітектури виконавчого

органу Київської міської ради в частині встановлення пріоритетів позивачу; у задоволенні інших позовних вимог відмовив.

ОЦІНКА СУДУ

Розміщення об'єктів зовнішньої реклами в місті Києві врегульовано Законом України "Про рекламу", Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 № 2067, Порядком розміщення реклами в м. Києві, затвердженим рішенням Київської міської ради 22 вересня 2011 № 37/6253 (надалі – Порядок) та Концепцією розвитку зовнішньої реклами в місті Києві, затвердженої рішенням Київської міської ради від 26 січня 2012 № 20/735 (надалі – Концепція).

Відповідно до пунктів 4.3, 4.4 Порядку розміщення реклами в м. Києві дозвільний орган протягом п'яти робочих днів з дати реєстрації заяви перевіряє місце розташування РЗ, зазначене у заяві, на предмет наявності на це місце пріоритету іншого заявника або надання на заявлене місце зареєстрованого в установленому порядку дозволу, а також дотримання вимог пунктів 13.2, 13.4 та 13.7 цього Порядку. Після перевірки місця керівник дозвільного органу приймає рішення про встановлення за заявником пріоритету на заявлене місце або про відмову у встановленні пріоритету. Рішення дозвільного органу про встановлення пріоритету на заявлене місце або про відмову у встановленні пріоритету оформлюється у вигляді наказу керівника дозвільного органу.

Враховуючи зазначене, Верховний Суд зауважив, що отримавши пріоритети на місця розташування рекламних засобів, у позивача були відсутні підстави для сумніву в тому, що відповідач не дотримався покладених на нього законодавством обов'язків та не здійснив перевірку місця розташування рекламного засобу.

Позивач мав законне очікування, що відповідними державними органами будуть вжиті заходи, які дозволять реалізувати його право, а саме отримати відповідні дозволи на розміщення рекламних засобів та розмістити їх.

З урахуванням таких міркувань Верховний Суд дійшов висновку, що ці обставини в їх сукупності є достатньою підставою для визнання протиправним та скасування судом оскаржуваного наказу про встановлення позивачеві строку дії пріоритетів на місця розташування рекламних засобів.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 27 лютого 2019 року у справі № 826/13340/17 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/80126966>.

2.3. Про можливість встановлення додаткових умов, з якими пов'язана чинність дозволу на розміщення реклами

Виданий особі дозвіл на розміщення об'єкта зовнішньої реклами був дійсний при наявності узгоджувальної частини і до затвердження схем розміщення рекламних носіїв на території міста або до конкретної дати, якщо

відповідні схеми не будуть затверджені. Таким чином з моменту затвердження схем розміщення рекламних носіїв на території міста дійсний дозвіл, виданий особі, припиняє свою дію, а розміщений на його підставі рекламний засіб вважається самовільно розміщеним, що свідчить про правомірність складення контролюючим органом вимоги про демонтаж рекламного щиту

27 жовтня 2021 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Приватного акціонерного товариства «Українська автомобільна корпорація» на рішення Окружного адміністративного суду міста Києва від 14 серпня 2018 року та постанову Шостого апеляційного адміністративного суду від 22 листопада 2018 року справа № 826/4773/18 за позовом Приватного акціонерного товариства «Українська автомобільна корпорація» до Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), за участю третьої особи – Комунального підприємства «Київреклама», про визнання протиправною та скасування вимоги.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

ПАТ «Українська автомобільна корпорація» був виданий дозвіл на розміщення об'єкта зовнішньої реклами – щит, що стоїть окремо (суцільний щит), що розташований за АДРЕСА_1.

Розпорядженням Київської міської державної адміністрації від 31 серпня 2016 року термін дії вказаного дозволу було продовжено з 01 лютого 2016 року по 31 січня 2021 року, проте зазначено, що він діє до затвердження схем розміщення рекламних носіїв на території міста.

Схема розміщення наземних рекламних засобів по всій території міста Києва була затверджена розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 26 грудня 2017 року.

Згодом Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) направило ПАТ «Українська автомобільна корпорація» вимогу, якою товариство зобов'язано здійснити демонтаж конструкції – щита, протягом семи днів.

Не погоджуючись із вказаною вимогою Управління з питань реклами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), ПАТ «Українська автомобільна корпорація» звернулося до суду.

ОЦІНКА СУДУ

Ключовим питанням у вирішенні спору у цій справі було з'ясування чи мають вплив додаткові умови викладені органом у рішенні на термін дії дозволу щодо розміщення зовнішньої реклами.

Здійснивши аналіз Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067 (далі – Правила № 2067) та Порядку розміщення реклами у м. Києві, затвердженим рішенням Київської міської ради від 22 вересня 2011 року

№ 37/6253 (далі – Порядок № 37/6253) Верховний Суд акцентував увагу на наступні норми права, якими врегульовані спірні правовідносини.

Так, визначеною законом підставою набуття суб`єктом господарювання (розповсюджувачем зовнішньої реклами) права на розміщення зовнішньої реклами у місті Києві на певний строк та у певному місці є дозвіл на розміщення об`єкта зовнішньої реклами, виданий на підставі розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (КМДА) відповідно до Порядку № 37/6253. Суб`єкт господарювання вправі здійснювати діяльність з розміщення зовнішньої реклами на рекламних засобах лише після отримання дозволу безпосередньо на кожний об`єкт зовнішньої реклами. Дозвіл надається строком на п`ять років, якщо менший строк не зазначено у заяві. Строк дії дозволу може бути продовжено на підставі відповідного розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (КМДА) за умови відповідності місця розташування та типу рекламного засобу схемі розміщення рекламоносіїв. У разі продовження строку дії дозволу у дозвіл вносяться відповідні зміни.

Судами попередніх інстанцій було досліджено розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 31 серпня 2016 року «Про продовження строку дії дозволів на розміщення зовнішньої реклами» і з`ясовано, що позивачу поміж іншого цим Розпорядженням було додатково встановлено умови, від моменту настання яких залежить чинність такого дозволу в межах встановленого у ньому строку. Однією з таких вимог було затвердження схем розміщення рекламоносіїв на території міста .

За таких обставин, виданий позивачу дозвіл був дійсний при наявності узгоджувальної частини і до затвердження схем розміщення рекламних носіїв на території міста або до 31 січня 2021 року, якщо відповідні схеми не будуть затверджені.

Позивач під час продовження терміну дії дозволу був обізнаний про те, що такий термін встановлено до 31 січня 2021 року лише за умови, якщо не буде затверджено Схему розміщення наземних рекламних засобів по всій території міста Києва. Розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 26 грудня 2017 року № 1689 затверджено Схему розміщення наземних рекламних засобів по всій території міста.

З огляду на те, що затвердження схем розміщення рекламних носіїв на території міста відбулося, Верховний Суд дійшов висновку, що з цього моменту дійсний дозвіл, виданий позивачу, припиняє свою дію, а розміщений на його підставі рекламний засіб вважається самовільно розміщеним, що свідчить про правомірність складення оскаржуваної вимоги про демонтаж рекламного щиту.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 27 жовтня 2021 року у справі № 826/4773/18 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/100623618>.

2.4. Щодо процедури погодження дозволу на розміщення реклами органами Державної автомобільної інспекції

Відсутність на дозволі на розміщення реклами гербової печатки органів Державної автомобільної інспекції не є підставою для відмови у видачі документів дозвільного характеру, передбачених положеннями частини п'ятої статті 4-1 Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності»

08 вересня 2021 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Приватного підприємства «Сервіс-капітал» на постанову Одеського апеляційного адміністративного суду від 29 березня 2018 року справа № 488/1537/16-а за позовом Приватного підприємства «Сервіс-капітал» до виконавчого комітету Миколаївської міської ради, третя особа: управління містобудування та архітектури Миколаївської міської ради, про скасування рішення та зобов'язання вчинити певні дії.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

25 березня 2016 року виконавчим комітетом Миколаївської міської ради прийнято рішення №295 «Про відмову у видачі дозволу на розміщення зовнішньої реклами в м. Миколаєві».

Пунктом 1.32 цього рішення відмовлено ПП «Сервіс Капітал» у видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами у вигляді: рекламних засобів типу «призматрон» за АДРЕСА_1.

Підставою для відмови у наданні такого дозволу відповідач зазначив відсутність у погоджувальній частині примірників дозволів на розміщення зовнішньої реклами відтиску печатки УДАІ УМВС України в Миколаївській області.

Корабельний районний суд м. Миколаєва постановою від 26 вересня 2017 року позов задовольнив.

За наслідками перегляду справи в апеляційному порядку Одеський апеляційний адміністративний суд скасував рішення суду першої інстанції та прийняв нове, яким у задоволенні позову відмовив.

Суд апеляційної інстанції виходив із того, що позивач у спірних відносинах не дотримався вимог Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Миколаєві через відсутність у погоджувальній частині дозволу всіх необхідних реквізитів.

Верховний Суд касаційну скаргу задовольнив, рішення суду апеляційної інстанції скасував та залишив в силі рішення суду першої інстанції.

ОЦІНКА СУДУ

Відповідно до підпунктів 5.20, 5.21, 5.22 пункту 5 Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Миколаєві заявник повинен погодити дозвіл з наступними органами: власником (розпорядником, користувачем) місця або уповноваженим ним органом (особою); управлінням містобудування та архітектури Миколаївської міської ради.

На вимогу Робочого органу дозвіл погоджується з Державтоінспекцією - у разі розміщення зовнішньої реклами на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, пішохідних переходів та зупинок транспорту загального користування.

Погодження дійсне протягом строку дії дозволу. Перелік документів, органів та осіб, з якими погоджується дозвіл, є вичерпним.

Відмовляючи у задоволенні позову, суд апеляційної інстанції послався на відсутність на дозволі відтиску печатки, зазначення прізвища і ініціалів працівника Державтоінспекції як на підставу для відмови у задоволенні позову, при цьому він керувався вимогами пункту 74 Типової інструкції з діловодства у центральних органах виконавчої влади, Ради міністрів АРК, місцевих органах виконавчої влади, затвердженій постановою КМ України від 30 листопада 2012 року №1242.

В той же час, дослідивши положення Типової інструкції, Верховний Суд констатував, що ні вона, ні додаток 7 не містять серед переліку документів, підписи на яких необхідно скріплювати гербовою печаткою, документів дозвільного характеру.

За таких обставин Верховний Суд не погодився з висновками суду апеляційної інстанції, позаяк дозвіл на розміщення зовнішньої реклами не підпадає під критерії вказаної Інструкції.

Також суд касаційної інстанції зауважив, що Верховний Суд неодноразово висловлював правову позицію під час оскарження рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради від 25 березня 2016 року №295 «Про відмову у видачі дозволу на розміщення зовнішньої реклами в м. Миколаєві» іншими суб'єктами господарювання саме з питань правомірності відмови у видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами через відсутність на дозволі гербової печатки органів Державтоінспекції. При цьому було зроблено висновок про те, що вказана підстава для відмови у видачі документів дозвільного характеру не передбачена частиною п'ятою статті 4-1 Закону №2806-IV (постанови від 20 серпня 2019 року, 5 серпня 2020 року, 18 червня 2021 року (справи №№490/4255/16-а, 490/5593/16-а, 490/3737/16-а, відповідно).

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 06 вересня 2021 року у справі № 488/1537/16-а можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/99459199>.

2.5. Про участь контролюючих органів в процедурі погодження дозвільної документації на розміщення зовнішньої реклами

Державтоінспекція в силу покладених на неї завдань здійснює контроль за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами, у сфері безпеки дорожнього руху, проте, не наділена повноваженнями перевіряти відповідність документації вимогам правил містобудування. В свою чергу, Департамент архітектури та містобудування виконавчого органу міської ради, з яким заявник

обов'язково має погодити дозвіл на розміщення рекламного засобу, в процесі перевірки дозвільної документації на таке розміщення у межах своєї компетенції перевіряє зокрема відповідність документації вимогам будівельних норм

11 липня 2019 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Товариства з обмеженою відповідальністю "НА КО" на постанову Окружного адміністративного суду міста Києва від 19 жовтня 2016 року та ухвалу Київського апеляційного адміністративного суду від 01 грудня 2016 року справа № 826/27156/15 за позовом Товариства з обмеженою відповідальністю "НА КО" до Департаменту містобудування та архітектури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) про визнання дій протиправними та зобов'язання вчинити певні дії.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

ТОВ "НА КО" подало до Центру надання адміністративних послуг міста Києва п'ять окремих заяв на одержання документів дозвільного характеру на розміщення рекламного засобу.

За результатом розгляду заяв позивачем отримано п'ять узгоджувальних частин дозволів на розміщення рекламних засобів.

ТОВ "НА КО" з метою погодження дозвільної документації звернулося до власника місця розташування рекламного засобу, до УДАІ ГУ МВС України в м. Києві та до Департаменту містобудування та архітектури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Проте Департаментом містобудування та архітектури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) дозвільну документацію погоджено не було.

Обґрунтовуючи відмову у наданні погодження, відповідач у своїх листах вказав, що рекламні засоби заплановано розташувати з порушенням вимог законодавства України, за яким розміщення рекламоносіїв на розділювальній смузі не допускається.

ОЦІНКА СУДУ

У цій справі вирішувалося питання пов'язане з процедурою погодження заінтересованій особі дозвільної документації на розміщення рекламного засобу, а саме визначався належний склад суб'єктів владних повноважень в такій процедурі.

Так, на думку позивача, погодження пропозицій стосовно розміщення рекламоносіїв в смугах відведення автомобільних доріг або червоних ліній дорожньої розмітки міських вулиць і доріг, є виключною компетенцією та завданням Державтоінспекції

Відповідно до п. 5.4 Положення про Департамент містобудування та архітектури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), затверджене розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 27 січня

2011 року №90 (в редакції розпорядження від 29 грудня 2014 року №1550) до основних завдань Департаменту віднесено забезпечення дотримання законодавства у сфері містобудування, державних стандартів, норм і правил, затвердженої містобудівної документації.

Департамент, з яким заявник обов'язково має погодити дозвіл на розміщення рекламного засобу, в процесі перевірки дозвільної документації на таке розміщення у межах своєї компетенції перевіряє зокрема відповідність документації вимогам будівельних норм.

Так, відповідач, вирішуючи питання про погодження дозвільної документації позивача, виявив, що рекламні засоби заплановано розташувати з порушенням вимог, в тому числі, Державних будівельних норм, зокрема ДБН В.2.3-5-2001 "Споруди транспорту. Вулиці та дороги населених пунктів", затверджених наказом Держбуду України від 11 квітня 2001 року №89, якими заборонено розміщення рекламоносіїв на розділювальній смузі.

Відповідно до п. 2.11 ДБН В.2.3-5-2001 розміщення рекламоносіїв на розділювальній смузі не допускається.

ДБН В.2.3-5-2001 є обов'язковими для Департаменту при здійсненні контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами, зокрема при перевірці дозвільної документації на розміщення рекламного засобу та прийнятті відповідного рішення.

Отже, правильним є висновок судів попередніх інстанцій відносно того, що відповідач, діючи у межах наданих повноважень та за наявності для цього підстав, відмовив позивачеві у погодженні дозвільної документації на розміщення рекламних засобів.

Щодо безпосередньо компетенції Державтоінспекції у процедурі погодження дозвільної документації на розміщення рекламного засобу, то Верховний Суд висловився з цього приводу наступним чином.

Державтоінспекція в силу покладених на неї завдань, здійснює контроль за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами, у сфері безпеки дорожнього руху, проте, не наділена повноваженнями перевіряти відповідність документації вимогам правил містобудування, що є виключною компетенцією саме відповідача і отримання такого погодження є обов'язком позивача.

Таким чином, Верховний Суд підсумував, що у спірній ситуації позивачу на рівні з погодженням Державтоінспекції, необхідно було отримати погодження також і у Департаментом містобудування та архітектури.

З приводу доводів позивача про те, що законодавством не передбачено заборон та обмежень щодо розміщення зовнішньої реклами, рекламних засобів на розділювальній смузі, колегія суддів виходить із такого.

Так, відповідач обґрунтував відмову у погодженні дозвільної документації тим, що рекламні засоби заплановано розташувати з порушенням установлених Державними будівельними нормами вимог, за якими розміщення рекламоносіїв на розділювальній смузі не допускається.

Згідно із частинами першою та п'ятою статті 11 Закону України «Про будівельні норми» застосування будівельних норм або їх окремих положень є обов'язковим для всіх суб'єктів господарювання незалежно від форми власності, які провадять будівельну, містобудівну, архітектурну діяльність та забезпечують виготовлення продукції будівельного призначення.

Суди попередніх інстанцій обґрунтовано виходили з того, що порушення установлених державними будівельними нормами вимог або відхилення від цих будівельних норм при розміщенні рекламоносіїв має наслідком порушення техніки безпеки, що унеможлиблює розміщення відповідного рекламоносія в силу положень статті 16 Закону України «Про рекламу».

Таким чином, встановлення обставини порушення правил містобудування, є підставою для відмови у погодженні дозвільної документації органом, що здійснює контроль у сфері містобудування.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 11 липня 2019 року у справі № 826/27156/15 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/82947613>.

2.6. Про відсутність обов'язку в отриманні дозволу на розміщення зовнішньої реклами на об'єктах залізничного транспорту та території залізниці

Розміщення спеціальних рекламних конструкцій, зокрема на об'єктах залізничного транспорту та території залізниці, є розміщенням реклами на транспорті, не потребує отримання у виконавчому органі місцевого самоврядування дозволу

11 листопада 2020 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційні скарги Департаменту економічного розвитку Львівської міськради та КП «Адміністративно – технічне управління» на постанову Львівського апеляційного адміністративного суду від 08 червня 2017 справа № 461/8179/16-а за позовом Приватного підприємства «Астор Медіа» до Департаменту економічного розвитку Львівської міської ради, третя особа, яка не заявляє самостійних вимог щодо предмета спору, на стороні позивача: Публічне акціонерне товариство «Українська залізниця» в особі регіональної філії «Львівська залізниця, третя особа, яка не заявляє самостійних вимог щодо предмета спору, на стороні відповідача - Комунальне підприємство «Адміністративно-технічне управління» Департаменту містобудування Львівської міськради, про визнання протиправними та скасування наказів

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

У період з липня по жовтень 2016 року відповідачем на адресу Львівської залізниці ПАТ «Українська залізниця» скеровано ряд вимог про усунення у визначений термін порушень частини першої статті 16 Закону України від 03.07.1996 № 270/96-ВР «Про рекламу» (далі – Закон № 270/96-ВР) у зв'язку з самовільним встановленням спеціальних конструкцій зовнішньої реклами.

На вказані вимоги Львівська залізниця листами повідомила відповідача про відсутність в її діях порушень законодавства про рекламу, оскільки рекламні конструкції розміщені на території підприємства транспорту, що виключає необхідність отримання дозволів на їх встановлення від виконавчих органів місцевого самоврядування.

У зв'язку з невиконанням вищевказаних вимог відповідач ухвалив ряд рішень, оформлених наказами «Про демонтаж самовільно встановлених конструкцій зовнішньої реклами».

Об'єкти реклами, про демонтаж яких ставиться вимога в оспорюваних наказах відповідача, розташовані на землях ПАТ «Українська залізниця».

Не погоджуючись із вказаними рішеннями відповідача, а також вважаючи їх протиправними та такими, що порушують право власності, позивач звернувся до суду з цим позовом.

ОЦІНКА СУДУ

Ключовим моментом у вирішенні цієї справи було з'ясування чи потребує розміщення реклами на землях транспорту отримання дозвільної документації.

Верховний Суд розглядаючи цей спір виходив з того, що реклама на транспорті є окремим видом реклами і має певні відмінності від інших видів, зокрема, від зовнішньої реклами, та має окремий порядок регулювання. Для розміщення реклами на транспорті дозвіл виконавчого комітету органу місцевого самоврядування не потрібен, необхідне лише погодження з власником об'єктів транспорту або уповноваженими ним органами. Крім того, така реклама розміщується: на зовнішніх та внутрішніх поверхнях транспортних засобів; на зовнішніх та внутрішніх поверхнях споруд підприємств транспорту загального користування; на території підприємств транспорту.

Правові, економічні, організаційні та соціальні основи діяльності транспорту визначає Закон України від 10.11.1994 № 232/94-ВР «Про транспорт» (далі - Закон №232/94-ВР) згідно із статтею 11 якого передбачено, що землями транспорту визнаються землі, надані в користування підприємствам і організаціям транспорту згідно із Земельним кодексом України, для виконання покладених на них завдань щодо експлуатації, ремонту, вдосконалення і розвитку об'єктів транспорту.

Відповідно до статті 68 Земельного кодексу України до земель залізничного транспорту належать землі смуг відведення залізниць під залізничним полотном та його облаштуванням, станціями з усіма будівлями і спорудами енергетичного, локомотивного, вагонного, колійного, вантажного і пасажирського господарства, сигналізації та зв'язку, водопостачання, каналізації; під захисними та укріплювальними насадженнями, службовими, культурно-побутовими будівлями та іншими спорудами, необхідними для забезпечення роботи залізничного транспорту.

Проаналізувавши норми права, якими врегульовані спірні правовідносини Верховний Суд дійшов висновку, що розміщення спеціальних рекламних конструкцій, зокрема на об'єктах залізничного транспорту та території залізниці,

є розміщенням реклами на транспорті, не потребує отримання у виконавчому органі місцевого самоврядування дозволу із застосуванням механізму, визначеного порядком, встановленим виконавчими органами сільських, селищних, міських рад відповідно до Типових правил № 2067, оскільки дія цих правил на спірні правовідносини не поширюється.

Отже, оспорювані позивачем накази в частині демонтажу рекламних конструкцій, які належать йому на праві приватної власності не є такими, що вчинені на підставі, у межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України, з використанням повноваження з метою, з якою це повноваження надано, обґрунтовано, тобто з урахуванням усіх обставин, що мають значення для прийняття рішення (вчинення дії) відповідають критеріям не відповідають з підстав зазначених вище у мотивувальній частині даного судового рішення, а відтак мають бути визнані в цій частині протиправними та скасовані.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 11 листопада 2020 року у справі № 461/8179/16-а можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/92787242>.

3. Спори, пов'язані з віднесенням інформаційних вивісок до реклами

3.1. Про відсутність необхідності в отриманні дозвільних документів при розміщенні вивісок

Погодження з органами охорони культурної спадщини надання дозволу вимагається для розміщення реклами на території історичного ареалу міста. Разом з тим, закони України «Про охорону культурної спадщини», «Про благоустрій населених пунктів» не встановлюють вимоги отримання дозвільних документів при розміщенні вивісок

25 березня 2020 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Комунального підприємства «Адміністративно-технічне управління» на постанову Галицького районного суду м. Львова від 02 грудня 2016 року та ухвалу Львівського апеляційного адміністративного суду від 30 січня 2017 року справа № 461/4489/16-а за позовом громадської організації «Розвиток Громади» до Департаменту містобудування Львівської міської ради, комунального підприємства «Адміністративно-технічне управління» про визнання протиправним та скасування наказу та зобов'язання вчинити дії.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

Відповідно до договорів оренди нежитлових приміщень та окремих інвентарних об'єктів, що належать на праві власності Об'єднанню профспілок Львівщини, передано в строкове платне користування нежитлове приміщення за

АДРЕСА_1 для використання під офіс та ведення громадської діяльності ГО «Розвиток Громади».

Департаментом містобудування Львівської міської ради прийнято наказ «Про демонтаж самовільно встановлених вивісок» від 21 січня 2016 року, згідно якого вирішено демонтувати самовільно встановлену вивіску ГО «Розвиток Громади», розміщену за АДРЕСА_1.

ОЦІНКА СУДУ

Ключовим питанням у вирішенні цієї справи було з'ясування чи потребує розміщення вивіски з назвою організації на зовнішній стороні будівлі, яка віднесена до зони історичного ареалу, попереднє отримання погодження з органами охорони культурної спадщини та дозволу на розміщення реклами загалом.

Спірні правовідносини врегульовані, зокрема, законами України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про охорону культурної спадщини», «Про благоустрій населених пунктів».

З аналізу положень Закону України «Про рекламу» вбачається, що інформація про виробника товару та/або товар у місцях, де цей товар реалізується чи надається споживачеві, а також інформація, розміщена на зовнішній поверхні будинку чи споруди не вище першого поверху або на поверсі, де знаходиться власне чи надане у користування особі приміщення, біля входу у таке приміщення, яка не містить закликів придбавати товар або послугу, що реалізується суб'єктом, не є рекламою у розумінні частини сьомої статті 8 та частини шостої статті 9 Закону України «Про рекламу».

Судами попередніх інстанцій встановлено та підтверджено наявними у матеріалах справи доказами, що ГО «Розвиток Громади» на зовнішній стороні приміщення по вул. Шевченка, 7 у м. Львові, в якому на праві договору оренди здійснює громадську діяльність позивач, не вище першого поверху, розміщено вивіску, на якій зазначено назву громадської організації. Вивіска носить інформаційний характер, не містить закликів купувати продукцію чи послуги позивача.

З цих підстав колегія суддів КАС ВС погодилася з висновками судів попередніх інстанцій стосовно того, що вивіска з назвою організації не є зовнішньою рекламою у розумінні статті 1 Закону України «Про рекламу».

З приводу іншого питання Верховний Суд зазначив, що погодження з органами охорони культурної спадщини надання дозволу вимагається для розміщення реклами на території історичного ареалу міста. Разом з тим, закони України «Про охорону культурної спадщини», «Про благоустрій населених пунктів» не встановлюють вимоги отримання дозвільних документів при розміщенні вивісок.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 25 березня 2020 року у справі № 461/4489/16-а можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/88430847>.

3.2. Про відмінність змістового наповнення вивіски з написом «нотаріус» від загального визначення поняття реклами

Розміщений на віконному проїмі приміщення, у якому здійснює нотаріальну діяльність позивач напис «нотаріус» та таблички біля входу у приміщення з найменуванням нотаріальної контори та графіком роботи не містять індивідуалізації, не містять закликів до придбання конкретного товару чи отримання послуг, інформація не формує та не підтримує обізнаність споживачів реклами та їх інтересу щодо юридичної особи чи конкретного товару (послуг), що поставляється/надається, а тому не є рекламою і не потребує спеціального дозволу на розміщення зовнішньої реклами

06 жовтня 2021 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу приватного нотаріуса ОСОБА_1 на постанову Львівського окружного адміністративного суду від 15 квітня 2019 року та постанову Восьмого апеляційного адміністративного суду від 20 червня 2019 року справа № 1.380.2019.000656 за позовом приватного нотаріуса ОСОБА_1 до Департаменту містобудування Львівської міської ради, третя особа - Комунальне підприємство «Адміністративно-технічне управління» Департаменту містобудування Львівської міської ради, про визнання протиправними і скасування наказу

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

Департаментом економічного розвитку Львівської міської ради надіслано позивачу вимогу від 26 вересня 2018 року, у якій зазначено про порушення вимоги Порядку розміщення малих архітектурних форм (вивісок) у м. Львові, а саме: самовільно встановлено малу архітектурну форму (вивіску) на зовнішній поверхні будинку за АДРЕСА_1 у якій відсутній паспорт малої архітектурної форми (вивіски) та лист уповноваженого органу про відповідальність.

24 жовтня 2018 року рішенням Департаменту економічного розвитку Львівської міської ради прийнято наказ «Про демонтаж самовільно встановлених малих архітектурних форм (вивісок)» № 215, в якому згідно підпункту 1.1 пункту 1 наказано демонтувати приватному нотаріусу ОСОБА_1 самовільно встановлені вивіски розміщені за АДРЕСА_1.

Уважаючи наказ Департаменту містобудування Львівської міської рад в частині демонтажу вивісок протиправним, приватний нотаріус ОСОБА_1 звернувся до суду з позовом.

ОЦІНКА СУДУ

Ключовим моментом для вирішення цієї справи було з'ясування чи розповсюджується дія Порядку розміщення малих архітектурних форм (вивісок) у м. Львові, на правовідносини, які виникають між приватними нотаріусами та іншими суб'єктами у зв'язку із встановленням та розміщенням архітектурних форм (вивісок).

З цього приводу Верховний Суд зазначив, що приватний нотаріус є уповноваженою державою фізичною самозайнятою особою, яка не має і не може мати статусу фізичної особи-підприємця, і на якого не може поширюватися дія Закону України «Про рекламу» та Типових правил.

Відповідно до статті 25 Закону України «Про нотаріат» приватний нотаріус може здійснювати нотаріальну діяльність лише за наявності акта про сертифікацію робочого місця (контори) приватного нотаріуса або рішення суду, яке набрало законної сили, яким визнано незаконним акт про відмову у сертифікації робочого місця (контори) приватного нотаріуса.

З наведеною нормою кореспондується обов'язок визначений пунктом 8 Положення про вимоги до робочого місця (контори) приватного нотаріуса та здійснення контролю за організацією нотаріальної діяльності, затвердженого наказом Міністерства юстиції України від 23 березня 2001 року № 888/5, відповідно до якого біля входу у приміщення повинна знаходитись інформаційна вивіска, що ідентифікує робоче місце (контору) приватного нотаріуса.

Нотаріуси зобов'язанні обладнати свої робочі місця (нотаріальні контори) інформаційними вивісками, а органи місцевого самоврядування не мають права обмежувати чи ускладнювати виконання нотаріусами того обов'язку, який впливає і з вимог законодавства.

З огляду на викладене, Верховний Суд дійшов висновку про те, що розміщений на віконному проїмі приміщення, у якому здійснює нотаріальну діяльність позивач напис «нотаріус» та таблички біля входу у приміщення з найменуванням нотаріальної контори та графіком роботи не містять індивідуалізації, не містять закликів до придбання конкретного товару чи отримання послуг, інформація не формує та не підтримує обізнаність споживачів реклами та їх інтересу щодо юридичної особи чи конкретного товару (послуг), що поставляється/надається, а тому не є рекламою і не потребує спеціального дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 06 жовтня 2021 року у справі № 1.380.2019.000656 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/100155759>.

3.3. Про критерії відмежування вивіски від реклами

За змістом Закону України «Про рекламу» інформація про зареєстроване найменування суб'єкта господарювання не є критерієм відмежування понять реклами і вивіски (таблички) і за змістом статті 9 цього Закону вивіска не є рекламою у разі розміщення на ній одного з видів інформації (зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать цій особі, вид її діяльності та ін.), а не їх сукупність

02 серпня 2019 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Товариства з обмеженою відповідальністю "Авіс-Фарма" на постанову Одеського апеляційного

адміністративного суду від 1 грудня 2015 року справа № 814/2539/14 за позовом Товариства з обмеженою відповідальністю "Авіс-Фарма" до Інспекції з питань захисту прав споживачів у Херсонській області про визнання протиправним та скасування рішення.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

Вимогою відповідача від 26 червня 2014 року, ТОВ "Авіс-Фарма" було повідомлено про колективне звернення керівників суб'єктів підприємницької діяльності з реалізації лікарських засобів та виробів медичного призначення щодо ознак порушення статей 7, 8 Закону України "Про рекламу" з боку ТОВ "Авіс-Фарма", а саме щодо порушення принципів добросовісної конкуренції шляхом застосування на фасаді приміщення, де розміщується аптечний заклад позивача, на вивісках, рекламних засобах вказівок - "АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН" та зобов'язано позивача надати реєстраційні документи.

06 серпня 2014 року Інспекцією з питань захисту прав споживачів у Херсонській області було прийнято рішення про накладення штрафу на ТОВ "Авіс-Фарма" за порушення встановленого законодавством порядку розповсюдження та розміщення реклами за АДРЕСА_1.

Оскаржуючи рішення про накладення штрафу, позивач вказував, зокрема, на безпідставне ототожнення відповідачем інформаційної вивіски із зовнішньою рекламою.

Постановою Миколаївського окружного адміністративного суду позов задоволено.

Постановою Одеського апеляційного адміністративного суду скасовано постанову суду першої інстанції та прийнято нову про відмову в позові.

Суд апеляційної інстанції виходив з того, що рекламна конструкція на фасаді будівлі аптеки не відповідає вимогам поняттю вивіска чи табличка у відповідності до ч.6 ст. 9 Закону України "Про рекламу".

Верховний Суд касаційну скаргу задовольнив, рішення суду апеляційної інстанції скасував та залишив в силі рішення суду першої інстанції.

ОЦІНКА СУДУ

Спірним у цій справі було вирішення питання чи підпадає розміщена на будівлі вивіска з позначенням "АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН" під критерії поняття реклами.

Відповідно до абзацу вісім пункту 2 Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року №2067 вивіска чи табличка – елемент на будинку, будівлі або споруді з інформацією про зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать такій особі, вид її діяльності (якщо це не впливає із зареєстрованого найменування особи), час роботи, що розміщений на зовнішній поверхні будинку, будівлі або споруди не вище першого поверху або на поверсі, де розташовується власне чи надане у користування особі приміщення (крім, випадків, коли суб'єкту господарювання належить на праві

власності або користування вся будівля або споруда), біля входу у таке приміщення, який не є рекламою.

Аналіз норм законодавства дає підстави для висновку, що реклама – це інформація, а вивіска (табличка) – спосіб розміщення інформації. Вивіска (табличка) може мати як рекламний характер, так і інформаційний. Різниця полягає у змісті інформації, а не способі її представлення.

За такого правового регулювання Верховний Суд дійшов висновку, що розміщена вивіска з позначенням "АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН" є інформаційною вивіскою – знак для товарів і послуг, тобто не є рекламою у відповідності до частини шостої статті 9 Закону України "Про рекламу", та не потребує отримання відповідного дозволу.

Верховний Суд зробив акцент на помилковості висновків апеляційного суду, що логотип позивача ототожнюється з інформацією про умови акцій-знижок, а тому така вивіска належить до зовнішньої реклами, аргументуючи це тим, що у відповідності до норм Закону №270/96-ВР інформація про зареєстроване найменування суб'єкта господарювання не є критерієм відмежування понять реклами і вивіски (таблички) і за змістом статті 9 цього Закону вивіска не є рекламою у разі розміщення на ній однієї із видів інформації (зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать цій особі, вид її діяльності та ін.), а не їх сукупність.

Крім того, Верховний Суд зауважив на не правильному розумінні судом апеляційної інстанції положень пунктів 48, 49 Типових правил розміщення зовнішньої реклами, оскільки недотримання фізичних характеристик конструкції не змінює приналежності такої конструкції з вивіски на рекламу, а лише свідчить про порушення правил використання вивісок, наслідком якого є притягнення відповідних осіб до відповідальності

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 02 вересня 2018 року у справі № 814/2539/14 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/75673507>.

3.4. Про відсутність у використанні загальновідомих знаків ознак реклами

Саме по собі використання знаку «&» (амперсанд) в назві окремих тютюнових виробів не може свідчити, що розмістивши його у приміщенні бару, в т.ч. на елементах обладнання бару, позивач вчинив дії, спрямовані на рекламу чи стимулювання продажу тютюнових виробів

21 жовтня 2021 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Приватного підприємства «Деликатніе Антохи» на постанову Одеського апеляційного адміністративного суду від 06 вересня 2017 справа № 815/7483/16 за позовом Приватного підприємства «Деликатніе Антохи» до Головного управління Держспоживслужби в Одеській області про визнання протиправною та скасування постанови.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

Позивач здійснює діяльність закладів ресторанного господарства, зокрема, володіє закладом ресторанного господарства «Арт-клуб «Шкаф» за АДРЕСА_1.

За вищевказаною адресою позивач також здійснює роздрібну торгівлю тютюновими виробами на підставі ліцензії на право роздрібної торгівлі тютюновими виробами.

У період з 16 листопада 2016 по 06 грудня 2016 посадовими особами ГУ Держспоживслужби в Одеській області здійснено планову перевірку за додержанням законодавства про захист прав споживачів у суб'єктів господарювання сфери торгівлі, робіт та послуг ПП «Деликатніє Антохи», у ході проведення якої виявлено стимулювання продажу тютюнових виробів та розміщення реклами тютюнових виробів, зокрема, у приміщенні бару розміщені елементи реклами тютюнових виробів (3 шт.) та самі тютюнові вироби, про що складено акт.

Фото та відео фіксацією зафіксовано, що в приміщенні бару розташовані стелажі, на яких стоять різні предмети, відповідно до стилістики бару (самовар, коробки, фотоапарат та ін.) серед яких на полицях розміщено кольоровий знак "&" (ампресанд), який світиться.

На підставі акту перевірки 06 грудня 2016 року позивачу було висунуто припис, яким зобов'язано останнього усунути виявлені порушення.

13 грудня 2016 року відповідачем винесено постанову про накладення стягнень, якою застосовано до ПП «Деликатніє Антохи» фінансові санкції у вигляді штрафу в розмірі 200000 грн.

Вважаючи вказану постанову відповідача протиправною, позивач звернувся до суду з цим позовом.

ОЦІНКА СУДУ

Необхідним моментом для вирішення цієї справи було з'ясування чи може розміщення у приміщенні закладу загальноживаного знаку «&» (амперсанд) бути розцінене у якості заходу стимулювання продажу тютюнових виробів та вживання тютюну.

Відповідно до статті 16 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» (далі – Закон №2899-IV), забороняються будь-яка реклама та стимулювання продажу тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, в тому числі, розміщення інформації про виробника тютюнових виробів та/або тютюнові вироби у місцях, де ці вироби реалізуються чи надаються споживачеві, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі, за виключенням одного плаката розміром не більше 40x30 см на одне місце торгівлі, в якому надається текстова інформація про наявні в продажу тютюнові вироби та ціни на них.

Проаналізувавши виявлене контролюючим органом правопорушення у розрізі норм законодавства, якими врегульовані спірні правовідносини, Верховний Суд відхилив посилання відповідача на розміщення позивачем знаку «&» (амперсанд) з метою реклами чи стимулювання продажу тютюнових виробів з тих мотивів, що цей знак є загальноживим графічним скороченням латинського сполучника і інформації безпосередньо про виробника тютюнових виробів не містить.

Верховний Суд наголосив, що саме по собі використання такого ж знаку в назві окремих тютюнових виробів не може свідчити, що розмістивши його у приміщенні бару, в т.ч. на елементах обладнання бару, позивач вчинив дії, спрямовані на рекламу чи стимулювання продажу тютюнових виробів.

З огляду на такі міркування Верховний Суд погодився з висновками суду першої інстанції щодо безпідставного притягнення контролюючим органом позивача до відповідальності.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 21 жовтня 2021 року у справі № 815/7483/16 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/100470801>.

3.5. Про необхідність отримання дозволу на розміщення інформації про курси купівлі та продажу іноземних валют поза межами приміщення, де вони надаються

Інформація про встановлення курсів купівлі та продажу іноземних валют не потребує отримання дозволу на розміщення реклами, у разі її розміщення в доступному для огляду клієнтами місці у касі банку. Розміщення зазначеної інформації на спеціальній конструкції на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг є зовнішньою рекламою, розміщення якої потребує отримання дозволу

26 листопада 2019 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Акціонерного товариства "Креді Агріколь банк" на рішення Галицького районного суду м. Львова від 24 липня 2018 року та постанову Восьмого апеляційного адміністративного суду від 06 березня 2019 року за позовом Акціонерного товариства "Креді Агріколь банк" до Департаменту економічного розвитку Львівської міської ради, третя особа - Комунальне підприємство "Адміністративно-технічне управління" про визнання незаконним та скасування наказу.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

08 грудня 2015 директором Департаменту економічної політики Львівської міської ради Кулинич І. видано наказ про демонтаж самовільно встановлених конструкцій зовнішньої реклами, згідно з яким Комунальне підприємство «Адміністративно-технічне управління» в строк до 31 грудня 2015 мало

демонтувати самовільно встановлені конструкції зовнішньої реклами розміщені за АДРЕСА_1.

З метою мирного врегулювання спору, Комунальне підприємство «Адміністративно - технічне управління» скерувало позивачу попередження від 11 грудня 2015 року, у якому останньому пропонувалося добровільно демонтувати самовільно встановлену конструкцію до 18 грудня 2015 року. У протилежному випадку, демонтаж рекламної конструкції буде здійснений Комунальним підприємством «Адміністративно - технічне управління» з 18 грудня 2015 у будь - який робочий день.

Позивач вважає, що демонтована таблиця з курсами валют не є рекламою, тому, на його думку, наказ Департаменту економічної політики Львівської міської ради №59Д про демонтаж самовільно встановлених конструкцій зовнішньої реклами є незаконним, що і стало підставою для звернення до суду з відповідним позовом.

ОЦІНКА СУДУ

Спірним питання у вирішенні цієї справи було з'ясування чи належить інформація про встановлення курсів купівлі та продажу іноземних валют, розміщена поза межами приміщення де надаються такі послуги, до зовнішньої реклами чи ні.

Положеннями ч. 1 ст. 16 Закону України "Про рекламу" передбачено, що розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів.

Пунктом 12 Порядку організації та здійснення валютно-обмінних операцій з готівковою іноземною валютою на території України встановлений Інструкцією про порядок організації та здійснення валютно-обмінних операцій на території України, затвердженою постановою Правління Національного банку України від 12 грудня 2002 № 502 передбачено, що у касі банку, фінансової установи, пункту обміну валюти в доступному для огляду клієнтами місці (на стенді або в іншому оформленні, крім меню платіжного пристрою) розміщується, зокрема, копія наказу (розпорядження) по банку, фінансовій установі про встановлення курсів купівлі та продажу іноземних валют, засвідчена відбитком печатки банку, фінансової установи.

З аналізу цих положень вбачається, що інформація про встановлення курсів купівлі та продажу іноземних валют не потребує отримання дозволу на розміщення реклами, у разі її розміщення в доступному для огляду клієнтами місці у касі банку.

Натомість, розміщення зазначеної інформації на спеціальній конструкції на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг є зовнішньою рекламою, яка містить відомості про один з видів діяльності банку та про комерційні курси валют, які пропонуються до обміну в конкретному банку як установі, має на меті сформувати або підтримати обізнаність невизначеного

кола осіб та їх інтерес щодо запропонованих валютно-обмінних операцій для отримання прибутку від вказаних операцій.

За таких обставин Верховний Суд дійшов висновку про необхідність отримання позивачем дозволу на розміщення реклами.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 26 листопада 2019 року у справі № 461/6414/17 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/85902386>

4. Спори, пов'язані з притягненнями до відповідальності за порушення у сфері розміщення реклами:

4.1. Про відсутність порушення законодавства у сфері реклами через зображення оголеного торсу людини на рекламному носії

З аналізу норм Закону України «Про захист суспільної моралі» вбачається, що поняття суспільної моралі є оціночним і у кожному випадку порушення (не порушення) суспільної моралі має оцінюватися, виходячи з фактичних обставин. Водночас, оскаржене рішення контролюючого органу не містить належного обґрунтування, як саме зображення оголеного чоловічого торсу порушує етичні, гуманістичні, моральні норми та (або) нехтує правилами пристойності, а також того, чому зазначене зображення у сучасному суспільстві може бути визнано таким, що порушує етичні, гуманістичні моральні норми та (або) нехтує правилами пристойності

29 жовтня 2021 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Головного управління Держспоживслужби в Сумській області на рішення Сумського окружного адміністративного суду від 12 березня 2019 року та постанову Другого апеляційного адміністративного суду від 26 червня 2019 року справа № 480/85/19 за позовом фізичної особи-підприємця ОСОБА_1 до Головного управління Держспоживслужби в Сумській області про визнання протиправним та скасування рішень.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

Головним управлінням Держпродспоживслужби в Сумській області 02 липня 2018 року було виявлено розміщення на першому та дев'ятому сіті-лайтах, за АДРЕСОЮ_1, рекламу магазину "ІНФОРМАЦІЯ_1" фізичної особи-підприємця ОСОБА_1 із зображенням оголеного чоловічого тіла.

За результатами контролю складено 2 протоколи про порушення законодавства про рекламу.

Згідно з рішеннями від 05 липня 2018 № 000098 та № 000099 розпочато розгляд справ про порушення законодавства про рекламу, за результатами розгляду яких на позивача було накладено штрафні санкції.

Не погодившись з вказаними рішеннями, фізична особа-підприємець ОСОБА_1 звернулася до суду з цим позовом.

Рішенням Сумського окружного адміністративного суду позовні вимоги задоволено.

Постановою Другого апеляційного адміністративного суду рішення суду першої інстанції скасовано в частині визнання протиправним та скасування рішення Головного управління Держпродспоживслужби в Сумській області від 29 серпня 2018 № 000102, № 000103 і прийнято в цій частині нове рішення, яким визнано протиправним та скасовано оскаржені рішення Головного управління Держпродспоживслужби в Сумській області. В іншій частині рішення суду першої інстанції залишено без змін.

Верховний Суд залишив касаційну скаргу без задоволення, рішення суду апеляційної інстанції- без змін.

ОЦІНКА СУДУ

Спірним питанням у цій справі було з'ясування чи є реклама продукції із зображенням оголеного чоловічого тіла порушенням етичних, гуманістичних, моральних норм, нехтування правилами пристойності згідно з ч. 3 ст. 7 Закону України "Про рекламу".

За визначенням, наданим у статті 1 Закону України «Про рекламу», реклама – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Однією з основних засад, на яких ґрунтується функціонування ринку реклами в Україні, є те, що реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності (частина третя статті 7 Закону України «Про рекламу»).

Так розглядаючи цей спір Верховний Суд виходив з того, що поняття суспільної моралі є оціночним і у кожному випадку порушення (не порушення) суспільної моралі має оцінюватися, виходячи з фактичних обставин.

При цьому зосереджено увагу на тому факті, що протягом останніх десятиліть у суспільстві змінювалися традиції, культурні цінності, які формують суспільну мораль.

Перевіряючи встановлені судами попередніх інстанцій обставини справи на предмет дотримання контролюючим органом законодавства у сфері спірних правовідносин, Верховний Суд погодився з їх висновками з приводу того, що в оскаржених рішеннях та протоколі відповідач не навів того, як саме зображення оголеного чоловічого торсу порушує етичні, гуманістичні, моральні норми та (або) нехтує правилами пристойності, а також того, чому зазначене зображення у сучасному суспільстві може бути визнано таким, що порушує етичні, гуманістичні моральні норми та (або) нехтує правилами пристойності.

З огляду на це Верховний Суд погодився з позицією судів попередніх інстанцій щодо протиправності оскаржених рішень контролюючого органу.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 29 жовтня 2021 року у справі № 480/85/19 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/100722852>.

4.2. Про категорії осіб, які можуть бути суб'єктами відповідальності у сфері реклами

Саме лише порушення порядку розміщення на рекламній конструкції реклами певного змісту не є достатнім для притягнення до відповідальності особи, в інтересах якої ця реклама, якщо не встановлено, хто є рекламодавцем та що рекламу розповсюджує він самостійно. Положення частини другої статті 27 Закону України «Про рекламу» стосуються відповідальності, а тому не можуть тлумачитися розширено

17 жовтня 2018 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Товариства з обмеженою відповідальністю "Споживчий центр" на постанову Окружного адміністративного суду м. Києва від 04 грудня 2017 року та постанову Київського апеляційного адміністративного суду м. Києва від 27 березня 2018 року справа № 826/14253/17 за позовом Товариства з обмеженою відповідальністю "Споживчий центр" до Головного управління Держпродспоживслужби у Львівській області про визнання протиправним та скасування рішення.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

Департаментом економічного розвитку Львівської міської ради позивачу направлено вимоги від 25 травня 2017 року та від 26 травня 2017 року, якими, у зв'язку з самовільним встановленням спеціальних конструкцій зовнішньої реклами, запропоновано у строк до 31 травня 2017 року та до 02 червня 2017 року, відповідно, усунути зазначені порушення.

Відповідачем 31 серпня 2017 року складено протоколи про розміщення Позивачем зовнішньої реклами за АДРЕС_1 без наявності дозволу на розміщення зовнішньої реклами від органів місцевого самоврядування.

Вимогою Відповідача від 01 вересня 2017 року повідомлено позивача про розгляд 10 жовтня 2017 року справ про порушення законодавства про рекламу та запропоновано до 26 вересня 2017 року надати копії відповідних документів.

Рішенням Відповідача «Про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу» від 12 жовтня 2017 року, за самовільне розповсюдження та розміщення зовнішньої реклами у населеному пункті без дозволу органів місцевого самоврядування на позивача накладено штраф у сумі 3400,00 грн.

Постановою Окружного адміністративного суду міста Києва, залишеною без змін постановою Київського апеляційного адміністративного суду, у задоволенні адміністративного позову відмовлено.

Відмовляючи у задоволенні позову суди виходили з того, що оскаржене рішення є правомірним, а відповідачем при його прийнятті було дотримано правил регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами, порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу.

Верховний Суд касаційну скаргу задовольнив частково, рішення судів попередніх інстанцій скасував та направив справу до суду першої інстанції на новий розгляд.

ОЦІНКА СУДУ

У цій справі спірним для її вирішення питанням було визначення суб'єкта притягнення до адміністративної відповідальності за несанкціоноване розміщення реклами.

При ухваленні рішень у справі суди попередніх інстанцій виходили з того, що позивачем самовільно, без дозволу органів місцевого самоврядування, розміщено зовнішню рекламу.

Верховний Суд проаналізувавши положення статті 27 Закону України «Про рекламу» виокремив дві категорії осіб, які можуть бути суб'єктами відповідальності за розповсюдження реклами: 1) розповсюджувачі реклами, винні в порушенні встановленого законодавством порядку розповсюдження та розміщення реклами; 2) рекламодавці, винні у порушенні порядку розповсюдження реклами, якщо реклама розповсюджується ними самостійно.

Об'єктивна сторона правопорушення полягає в активних діях – розповсюдженні або розміщенні реклами. При цьому для притягнення особи до відповідальності повинно бути доведено, що саме вона вчинила ці дії.

За таких міркувань Верховний Суд констатував, що суди попередніх інстанцій не з'ясували, хто саме розмістив рекламу (рекламну конструкцію), хто є розповсюджувачем реклами, чи є позивач рекламодавцем, чи дійсно йому належить зображена на рекламній конструкції ТМ «ШвидкоГроші», чи позивач розповсюджував рекламу. Ці обставини підлягали з'ясуванню, оскільки позивач доводив, що він не є власником рекламної конструкції та реклами не розміщував.

Не з'ясувавши цих обставин, суди дійшли передчасного висновку щодо накладення штрафу на Позивача.

При цьому Верховний Суд зазначив, що саме лише порушення порядку розміщення на рекламній конструкції реклами певного змісту не є достатнім для притягнення до відповідальності особи, в інтересах якої ця реклама, якщо не встановлено, хто є рекламодавцем та що рекламу розповсюджує він самостійно. Положення частини другої статті 27 Закону України «Про рекламу» стосуються відповідальності, а тому не можуть тлумачитися розширено.

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 17 жовтня 2018 року у справі № 826/14253/17 можна ознайомитися за посиланням: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/77249171>.

4.3. Про умови притягнення особи до відповідальності у разі встановлення у його діях стимулювання продажу тютюну

Суб'єкт господарювання несе відповідальність за порушення вимог статті 16 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» виключно у тому випадку, коли відповідна рекламна діяльність або стимулювання продажу тютюну спрямовано здійснюється в комерційних цілях

03 квітня 2018 року Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду розглянув касаційну скаргу Головного управління Держпродспоживслужби в Одеській області на постанову Одеського окружного адміністративного суду від 26 липня 2017 року та постанову Одеського апеляційного адміністративного суду від 30 листопада 2017 року справа № 815/87/17 за позовом товариства з обмеженою відповідальністю «БОН ПАРІ» до Головного управління Держпродспоживслужби в Одеській області про скасування постанови про накладення штрафу.

ОБСТАВИНИ СПРАВИ

В ході проведення перевірки (з 17 жовтня 2016 року по 04 листопада 2016 року) встановлено, що ТОВ «БОН ПАРІ» допустило порушення вимог статті 16 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення», а саме: встановлений факт стимулювання продажу тютюнових виробів, зокрема: у приміщенні ресторану «Стиляги» розміщений малюнок (фотографія), яка повністю ідентифікується та асоціюється з тютюновими виробами.

Відповідне порушення зафіксоване в акті проведення перевірки від 04 листопада 2016 року, який підписаний посадовою особою ТОВ «БОН ПАРІ» із застереженням про незгоду із встановленими обставинами та висновками акта перевірки.

На підставі акта від 04 листопада 2016 року Держпродспоживслужби в Одеській області прийнята постанова від 17 листопада 2016 року про накладення на ТОВ «БОН ПАРІ» стягнення, передбаченого абзацом 12 частини другої статті 20 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення» у виді штрафу в розмірі 50000,00 грн.

ОЦІНКА СУДУ

Спірним питанням у розгляді цієї справи було з'ясування чи можливо інтерпретувати елемент інтер'єру ресторану - малюнок (фотографія), яка повністю ідентифікується та асоціюється з тютюновими виробами, у якості засобу для стимулювання продажу тютюнового виробу або вживання тютюну, якщо заклад не займається комерційним розповсюдженням такого виду товару.

В статті 1 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я

населення» поняття «реклама й стимулювання продажу тютюну» визначається, як будь-який вид передачі комерційної інформації, рекомендації або дії, метою чи результатом або ймовірним результатом якого є стимулювання продажу тютюнового виробу або вживання тютюну, прямо чи опосередковано.

Проаналізувавши положення статті 16 цього Закону, Верховний Суд дійшов висновку, що суб'єкт господарювання несе відповідальність за порушення вимог статті 16 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» виключно у тому випадку, коли відповідна рекламна діяльність або стимулювання продажу тютюну спрямовано здійснюється в комерційних цілях.

Проте, згідно встановлених обставин у справі, ТОВ «БОН ПАРІ» не здійснює продажу тютюну, а зображення, яке інтерпретується ГУ Держпродспоживслужби в Одеській області, як стимулювання продажу тютюну, є виключно елементом інтер'єру ресторану та не спрямоване на здобуття комерційної вигоди.

За таких підстав Верховний Суд погодився з судами попередніх інстанцій щодо відсутності в діях позивача порушення вимог статті 16 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення».

Детальніше з текстом постанови Верховного Суду від 03 квітня 2018 року у справі № 815/87/17 можна ознайомитися за посиланням: <https://reestr.court.gov.ua/Review/73194568>.

Огляд судової практики Касаційного адміністративного суду у складі Верховного Суду у сфері розміщення зовнішньої реклами (рішення за січень 2018 року – листопад 2021 року) / Упоряд.: правове управління (І) департаменту аналітичної та правової роботи апарату Верховного Суду. – Київ, 2021. – 37 стор.

Застереження: видання містить короткий огляд деяких судових рішень. У кожному з них викладено лише основний висновок щодо правового питання, яке виникло у справі. Для правильного розуміння висловленої в судовому рішенні правової позиції необхідно ознайомитися з його повним текстом, розміщеним у Єдиному державному реєстрі судових рішень.

Стежте за нами онлайн

 fb.com/supremecourt.ua

 t.me/supremecourtua

 @supremecourt_ua