**Обобщенные вопросы** с Публичного обсуждения Кемеровского УФАС России 15 ноября 2017 года (для размещения на сайте):

1. *Процедура действий ОМС в случае неисполнения предписаний о демонтаже рекламной конструкции.*

Согласно пункту 21 части 19 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца со дня выдачи предписания органа местного самоуправления о демонтаже рекламной конструкции, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания.

Пунктом 21.1 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что если в установленный срок владелец рекламной конструкции не выполнил указанную в части 21 настоящей статьи обязанность по демонтажу рекламной конструкции или владелец рекламной конструкции неизвестен, орган местного самоуправления выдает предписание о демонтаже рекламной конструкции собственнику или иному законному владельцу недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, за исключением случая присоединения рекламной конструкции к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Согласно пункту 21.2 статьи 19 Закона о рекламе, если в установленный срок собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому была присоединена рекламная конструкция, не выполнил указанную обязанность по демонтажу рекламной конструкции либо собственник или иной законный владелец данного недвижимого имущества неизвестен, демонтаж рекламной конструкции, ее хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет средств местного бюджета. По требованию органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа владелец рекламной конструкции обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением или уничтожением конструкции.

Частью 21.3 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что если рекламная конструкция присоединена к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в случае, указанном в части 21.1 настоящей статьи, ее демонтаж, хранение или в необходимых случаях **уничтожение осуществляется за счет средств местного бюджета**. По требованию органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа владелец рекламной конструкции обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажем, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции.

1. *Как расценивать такой вид подачи информации, как рекламная строка (реклама или вывеска), если предоставляются сведения только об организации и режиме работы?*

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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.

В соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе данный закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Согласно пункту 18 Информационного письма Президиума Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор Практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске.

В соответствии с пунктом 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, также не является рекламой.

При этом не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

К данным сведениям не применяются требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, адреса и режима ее работы относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей», следовательно, **такая информация не может рассматриваться в качестве рекламы, независимо от манеры ее исполнения**.

При этом правомерность и порядок размещения вывесок на фасадах зданий Федеральным законом «О рекламе» не регулируются, и указанные вопросы в компетенцию ФАС России и его территориальных органов не входят.

Дополнительно информируем, что орган местного самоуправления в рамках полномочий, предоставленных ему Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», вправе определять порядок и возможность размещения вывесок на зданиях в соответствующем нормативном акте.

1. *Ответственность заказчика во всех видах закупок (44-ФЗ и 223-ФЗ).*

Административная ответственность за нарушение законодательства о закупках товаров (работ, услуг) отдельными видами юридических лиц (Федеральный закон № 223-ФЗ) предусмотрена статьей 7.32.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В силу части 1 статьи 107 ФЗ №44-ФЗ лица, виновные в нарушении законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов о контрактной системе в сфере закупок, несут дисциплинарную, гражданско-правовую, административную, уголовную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Административная ответственность за нарушение требований законодательства о контрактной системе предусмотрена статьей 7.29, 7.30,  7.31, 7.31.1, 7.32,  7.32.5, частью 11 статьи 9.16, частью 7 статьи 19.5, статьей 19.7.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

1. *Когда будут снижены штрафы за нарушение КоАП РФ в сфере закупок для нашего региона?*

Определение размеров штрафов, предусмотренных Кодексом РФ об административных правонарушениях, относится к компетенции органов законодательной власти. Данный документ принимает Государственная Дума Российской Федерации, одобряется Советом Федерации, подписывается Президентом РФ. Суммы штрафов по статьям, перечисленным в ответе на вопрос №3, одинаковы для территории всей Российской Федерации. Кемеровское УФАС России информацией о вероятности снижения в будущем размера штрафов за нарушение требований законодательства о контрактной системе не обладает.

1. *Что будет являться предметом закупки при объявлении аукциона на участие в долевом строительстве: товар (готовые квартиры) или работа? Будет ли требование выписки из СРО и опыта работы излишним?*

Необходимостьустановления требования к участникам закупки с выпиской о членстве СРО и опыта работы зависит от предмета закупки. По вопросу определения предмета закупки при объявлении аукциона на участие в долевом строительстве существует неоднозначная правовая позиция. В связи с вышеизложенным предлагаем обратиться в Департамент бюджетной политики в сфере контрактной системы Министерства финансов Российской Федерации, который является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно - правовому регулированию в сфере осуществления закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд для разъяснений действий заказчика в рассматриваемой ситуации.

1. *Урегулированы ли отношения по размещению (нанесению) рекламных материалов вне рекламных конструкций (расклеивание объявлений, растягивание баннеров, нанесение надписей)?*

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама - это 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.

В настоящее время размещение рекламы внутри подъездов, лифтов многоквартирных домов, на фасадах зданий, на столбах, посредством наклеивания листовок без использования элементов крепления и каркаса, либо посредством нанесения рекламы краской на указанные объекты, Законом о рекламе не запрещено, и указанный Федеральный закон не содержит специальных требований, предъявляемых к такой рекламе.

Однако указанная реклама должна соответствовать как общим требованиям, предъявляемым к рекламе статьей 5 Закона о рекламе, так и специальным требованиям, предъявляемым к рекламе отдельных видов товаров, содержащимся в главе 3 Закона о рекламе.

Дополнительно информируем, что согласно части 1 статьи 290 Гражданского Кодекса Российской Федерации собственнику принадлежат права владения, пользования и распоряжения своим имуществом.

Следовательно, при размещении рекламы на фасадах зданий и на столбах, посредством наклеивания листовок без использования элементов крепления и каркаса, либо посредством её нанесения краской на указанные объекты, необходимо получение согласия собственника такого имущества.

В случае несогласия собственника имущества с размещением третьими лицами рекламы посредством наклеивания листовок без использования элементов крепления и каркаса, либо посредством её нанесения краской на имущество, он вправе запретить такое использование имущества, либо устранить рекламу с данного имущества за счет разместившего ее лица или самостоятельно с последующим взысканием расходов.

Гражданским кодексом Российской Федерации установлено, что имущество, находящееся в собственности двух или нескольких лиц, принадлежит им на праве общей собственности. Общая собственность на имущество является долевой, за исключением случаев, когда законом предусмотрено образование совместной собственности на это имущество.

Распоряжение имуществом, находящимся в долевой собственности, осуществляется по соглашению всех ее участников.

В соответствии с частью 1 статьи 36 Жилищного кодекса Российской Федерации собственникам помещений в многоквартирном доме принадлежат на праве общей долевой собственности помещения в данном доме, не являющиеся частями квартир и предназначенные для обслуживания более одного помещения в данном доме, в том числе ограждающие несущие и ненесущие конструкции данного дома.

Согласно положениям статьи 44 Жилищного кодекса Российской Федерации общее собрание собственников помещений в многоквартирном доме является органом управления многоквартирным домом. К компетенции именно общего собрания собственников помещений, в соответствии с пунктом 3 части 2 указанной статьи, относится принятие решений о передаче в пользование общего имущества в многоквартирном доме.

Таким образом, при размещении рекламы на общем имуществе многоквартирного дома (в том числе внутри подъездов и лифтов таких домов), необходимо получение согласия собственников помещений многоквартирного дома.

В случае несогласия собственника имущества с размещением рекламы на стенах внутри подъездов многоквартирных домов и лифтов таких домов третьими лицами, он вправе запретить такое использование имущества, либо устранить рекламу с соответствующей поверхности за счет разместившего ее лица или самостоятельно с последующим взысканием расходов.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама

Согласно части 1 статьи 15 Закона Кемеровской области от 16.06.2006 № 89-ОЗ «Об административных правонарушениях в Кемеровской области» размещение афиш, плакатов, объявлений, листовок, иных информационных материалов, нанесение надписей и графических изображений, не содержащих рекламную информацию, вне мест, специально отведенных органами местного самоуправления, влекут предупреждение или наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до двух тысяч рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от пятнадцати тысяч до тридцати тысяч рублей.

1. *Просим расписать алгоритм взаимодействия с УФАС при выявлении нарушений в сфере рекламного законодательства, а точнее контакты или телефоны лиц антимонопольных органов для консультаций по этим вопросам.*

Пунктом 13 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 № 508, установлено, что заявление подается в антимонопольный орган в письменной форме с приложением документов, свидетельствующих о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Документы на иностранных языках представляются с приложением нотариально заверенного их перевода на русский язык.

В заявлении должны содержаться:

- наименование и место нахождения заявителя - юридического лица (фамилия, имя, отчество и место жительства заявителя - физического лица);

-наименование рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя, действия которых содержат признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе или наименование федерального органа исполнительной власти, органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, органа местного самоуправления, принявшего акт, полностью или в части противоречащий законодательству Российской Федерации о рекламе;

- описание фактов, свидетельствующих о наличии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, с указанием способа, места и времени распространения рекламы или указание акта федерального органа исполнительной власти, акта органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, акта органа местного самоуправления, полностью или в части противоречащего законодательству Российской Федерации о рекламе, с приложением имеющихся доказательств;

- требования заявителя.

В случае невозможности предоставления доказательств, свидетельствующих о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, заявитель вправе указать лицо или орган, от которого могут быть получены такие доказательства.

Контакты Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области размещены на сайте [**kemerovo.fas.gov.ru**](http://yandex.ru/clck/jsredir?from=yandex.ru%3Bsearch%2F%3Bweb%3B%3B&text=&etext=1610._hhNGDazafwBaBNyFz9t7as6MEmKa191Vj076Ko3NUP1jvsS8yMsbxnF9ofQ-ugL7s1uxQa8_ulm3KAudZywisdY1bLP1ReWTl-aUkQLXJ8.0a70911c92ebcdf38ad221eafc3d8d98f1fbded5&uuid=&state=PEtFfuTeVD4jaxywoSUvtNlVVIL6S3yQDiVIWGNU7dhoxisU75OKnw,,&&cst=AiuY0DBWFJ5fN_r-AEszk761fiN3ZbzieGztZnTSJDDTO36lBSfO0z15XQrB6FfkSPXgyyNKfLqqeZzc0mJYVcvF7YBGT57vPMlQQbipVx2L2UGfTwbo_giHi4BIM9d_fymbJ8RdaBCRpEpfwTcMLI4vzMZ0Ux5I-Rl8zv8A48xVf9D2NniVkqX5mpp76QNvcDBes8_z0q0iXn3Rs5Gq6hviZDi_F_NMW4bcUUqmOA8EkAkfw6s1TUbGEmszzfij4vxiItSe5so,&data=UlNrNmk5WktYejR0eWJFYk1LdmtxbXUzbGt5RnNfekg0S3h6NG9uTEJqNU5fR0N3SWM4TVNsY0JoVlR6aXFRMmZPS1RVVHM0MjZKdno5WHhVc1FBSXNrdnB1V0xQR1N0NF80b29hdkR0Zl9LUzRVM1k4QVBIQSws&sign=e8eb9e758f76d11daaa4dc2244b7f7c0&keyno=0&b64e=2&ref=orjY4mGPRjk5boDnW0uvlrrd71vZw9kpVBUyA8nmgRH5pjAsQ9jusrgkjZrU9FGUhvnMFxqoxeY0hezW3xmnwfH0ocE4Bud90yjaVkDDeuxZ4nviRV7jygQJQYELMQK6h3hkG-Ftjc5ifWMn1LYInczNysBLAy9RZIVHV4pFCVN9e-KuZw2daHAXI5O1E_KKkPvDY3DKziB8DxTCABA7136pHRdE5L9X6k0MRONOFblIUVfRnKxxOpmhwCkJxMZ0BiOmhZX44bGDyOPBTKCtlIj1dXd4glsf&l10n=ru&cts=1511166197719), адрес управления: 650000, г Кемерово, ул. Ноградская, 5, тел. (3842)-36-42-28, факс (3842) 36-77-83, e-mail: to42@fas.gov.ru.

Право на дачу консультаций сотрудники антимонопольных органов не имеют, в связи с чем заявителю необходимо направить в наш адрес обращение в соответствии с требованиями, описанными выше.

1. *Прошу дать рекомендации по надлежащему регулированию ОМС на жалобы граждан по размещению вывески (обязательного элемента по ФЗ «О защите прав потребителей») на общем имуществе МКД (фасаде) без разрешения собственников помещений в МКД и без заключения договора на размещение вывески на возмездной основе. Особенно, если в жалобе содержится требование к ОМС принять меры по демонтажу вывески.*

Согласно положениям статьи 44 Жилищного кодекса Российской Федерации общее собрание собственников помещений в многоквартирном доме является органом управления многоквартирным домом. К компетенции именно общего собрания собственников помещений, в соответствии с пунктом 3 части 2 указанной статьи, относится принятие решений о передаче в пользование общего имущества в многоквартирном доме.

В соответствии с частью 5 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» в случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме, полученного в порядке, установленном Жилищным кодексом Российской Федерации. Заключение такого договора осуществляется лицом, уполномоченным на его заключение общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме.

При этом пунктом 2 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» установлено, что указанный Закон **не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом**.

Частью 1 статьи 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» установлено, что изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим работы. В этих целях продавец (исполнитель) размещает указанную информацию. Размещение такой информации для юридического лица оказывающего услуги потребителям является обязательным и такой баннер не является рекламным.

Таким образом, размещенные в месте осуществления юридическим лицом своей деятельности коммерческое обозначение, а также профиль деятельности организации и вид реализуемых товаров, оказываемых услуг, не подпадают под понятие рекламы. Следовательно, размещение вывески на многоквартирном доме не требует дополнительного согласования с собственниками помещений и на такую конструкцию не распространяются требования Федерального закона «О рекламе».

Вопросы правомерности и порядка размещения вывесок на фасадах зданий не входят в компетенцию ФАС России и её территориальных органов.

Орган местного самоуправления в рамках полномочий, предоставленных ему Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», вправе определять порядок и возможность размещения вывесок на зданиях в соответствующем нормативном акте.

1. *Является ли громкоговоритель, установленный на остановке общественного транспорта, рекламной конструкцией? Распространяются ли на громкоговорители требования ст.19 ФЗ «О рекламе»?*

Согласно части 1 статьи 19 Закона о рекламе наружной рекламой признается реклама, распространенная с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

Следовательно, по смыслу указанной части статьи 19 Закона о рекламе, к рекламным конструкциям относятся технические средства, имеющие прочную связь с землей, зданиями, строениями и сооружениями (т.е. объектами недвижимого имущества) и не предназначенные для перемещения.

Таким образом, в случае, если громкоговоритель (звуковой динамик) для распространения рекламы стабильно закреплен на здании либо ином недвижимом имуществе, он подпадает под понятие рекламной конструкции, в связи с чем его установка и эксплуатация должны осуществляться в соответствии со статьей 19 Федерального закона «О рекламе».

1. *Является ли нарушением предоставление субсидии в соответствии со ст.78 БК РФ муниципальному унитарному предприятию на возмещение выпадающих доходов, учредителем которого является ОМСУ?*

Установленные статьей 78 Бюджетного кодекса РФ денежные средства (субсидии) нельзя расценивать как оплату за реализованные товары, работы, услуги. Субсидии являются бюджетными средствами, предоставляемыми юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям на безвозмездной основе и безвозвратной основе в целях возмещения затрат или недополученных доходов в связи с производством (реализацией) товаров, выполнением работ, оказанием услуг.

 Имущество (работы, услуги) или имущественные права считаются полученными безвозмездно, если получение этого имущества (работ, услуг) или имущественных прав не связано с возникновением у получателя обязанности передать имущество (имущественные права) передающему лицу (выполнить для передающего лица работы, оказать передающему лицу услуги) (часть 2 статьи 248 Налогового кодекса РФ).

 Между тем, муниципальное предприятие получает субсидии за оказание конкретных услуг и выполнение работ. Поскольку выполняемые работы и оказываемые услуги носят возмездный характер, их финансирование за счет местного бюджета **не соответствует понятию субсидий**, приведенному в статье 78 Бюджетного кодекса РФ.

1. *ИП на ЕНВД работает с муниципальными и бюджетными организациями по перечислению, заключают договор розничной купли-продажи (44-ФЗ). Это опт или розница? Подпадает ли такой договор под ЕНВД?*

Федеральный закон №44-ФЗ регулирует деятельность государственных и муниципальных заказчиков при осуществлении закупок. В соответствии с положениями Закона о закупках заказчики заключают договоры у единственного поставщика, в том числе, с любым хозяйствующим субъектом, готовым поставить товар, выполнить работы, оказать услуги, требующиеся заказчику, вне зависимости от системы налогообложения и предмета договора. Таким образом, положения ФЗ №44-ФЗ не устанавливают требований к системе налогообложения поставщиков (подрядчиков, исполнителей).

12 вопрос по просьбе анкетируемого без размещения на сайте направлен на электронную почту