

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/01/15-1727/2022

Резолютивная часть решения оглашена 23 мая 2023 г.

В полном объеме решение изготовлено 06 июня 2023 г.

«06» июня 2023 г. г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения антимонопольного законодательства (далее – Комиссия) в составе:

Председатель
Комиссии: <...> – заместитель руководителя
Управления Федеральной антимонопольной
службы по Московской области (далее –
Управление);

Члены Комиссии: <...> – начальник отдела контроля за
рекламной деятельностью и
недобросовестной конкуренцией
Управления;

<...> – заместитель начальника отдела
контроля за рекламной деятельностью и
недобросовестной конкуренцией
Управления,

рассмотрев дело № 050/01/15-1727/2022 по признакам нарушения Администрацией городского округа Ступино Московской области (далее – Администрация) пункта 2 части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), выразившегося в отказе <...> в предоставлении муниципальной услуги «Согласование установки средства размещения информации на территории городского округа Ступино Московской области» по заявлению от 13.05.2022 № P001-1563331403-59158845 (далее – Муниципальная услуга),

в при участии представителей Администрации <...> (доверенность от 03.04.2023 № 150исх-29/2-50) и <...> (доверенность от 14.12.2022 № 150исх-60/2-50) и представителя ИП <...> <...> (доверенность б/н от 01.03.2023),

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение Индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>, Заявитель) от 06.06.2022 № 20647/22 о признаках нарушения антимонопольного законодательства в действиях Администрации городского округа Ступино Московской области (далее – Администрация), выразившегося в отказе в предоставлении Муниципальной услуги.

Согласно обращению Заявитель обратился 13.05.2022 в Администрацию за предоставлением Муниципальной услуги в целях установки средства размещения информации на фасаде здания в месте осуществления предпринимательской деятельности следующего содержания: «*НАКУРЕНО/кальяны/комплектующие/расходники*» с изображением комбинированного товарного знака (свидетельство на товарный знак от 21.10.2021 № 833804).

Администрация отказала ИП <...> в предоставлении Муниципальной услуги, ссылаясь на пункт 13.2.3 Административного регламента по предоставлению Муниципальной услуги, утвержденного постановлением Администрации 29.12.2021 № 3757-п «Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги «Согласование установки средства размещения информации на территории городского округа Ступино Московской области» (далее – Административный регламент), а именно несоответствие дизайн-проекта (проектной документации) средства размещения информации архитектурно-художественным критериям, определенным в Приложении 5 и Приложении 6 Административного регламента.

Разъясняя причину отказа в предоставлении Муниципальной услуги Администрация указала, что: «на зданиях (строениях, сооружениях), а также в виде выносных элементов средства размещения информации могут размещаться в целях информирования исключительно о фактическом месте размещения, наименовании и режиме (повременном графике) работы находящихся (осуществляющих деятельность) в этих зданиях (строениях, сооружениях) заявителей, а также о видах, формах профилях осуществляемой ими деятельности (оказания услуг) и ассортименте реализуемых товаров (оказываемых услуг)».

Также в письме указано, что допускается использование художественного элемента строго в соответствии с зарегистрированным товарным знаком.

Заявитель не согласился с решением Администрации и обратился с жалобой на решение об отказе в предоставлении Муниципальной услуги.

Администрация в своих письмах от 23.05.2022 № 150исх-530/2-24 и от 31.05.2022 № 150исх-566/2-24 ссылаясь на положения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2013 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пункта 1 части 1 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции» (далее – Закон об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма), Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака, сообщила ИП <...>, что в средстве размещения информации допускается использование художественного элемента строго в соответствии с зарегистрированным товарным знаком, остальная информация в предоставленном дизайн проекте не может быть согласована.

По мнению Администрации средство размещения информации с т е к с т о м : «*НАКУРЕНО/кальяны/комплектующие/расходники*» и с изображением комбинированного товарного знака (свидетельство на товарный знак от 21.10.2021 № 833804) является рекламой, стимулированием продажи табака и спонсорством табака.

Также Администрация считает, что указание в тексте информационной конструкции слова «НАКУРЕНО», означающего невыносимость нахождения в помещении от табачного дыма, в нарушение Закона об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма является действием, способствующим вредному воздействию на окружающих табачной и никотиносодержащей продукции, и направлено на стимулирование продажи табака, табачных изделий и никотиносодержащей продукции.

С учетом изложенного Администрация считает, что согласование установки вывески в предложенном ИП <...> варианте будет являться действиями, поощряющими потребление табака или никотиносодержащей продукции, и как следствие, нарушением Закона об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма.

Кроме того, письмом от 29.12.2022 № 150исх-2350/2-23 Администрация сообщила, что ИП <...> не получено согласие собственников помещений многоквартирного дома на размещение информационной конструкции, в соответствии с требованиями Жилищного кодекса Российской Федерации (далее – ЖК).

Московским областным УФАС России 06.09.2022 Администрации выдано предупреждение № 08-21/ПР30-22 о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения

антимонопольного законодательства (далее – Предупреждение), согласно которому в тридцатидневный срок с даты получения указанного предупреждения Администрации надлежало прекратить совершение действий, выходящих за пределы полномочий Администрации и дублирующих контрольно-надзорные функции, исполняемые антимонопольными органами в порядке главы 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (оценку текста, размещаемого на средстве размещения информации на предмет наличия признаков рекламы), при рассмотрении вопросов, связанных с выдачей согласований установки средства размещения информации и повторно рассмотреть заявление ИП <...> от 13.05.2022 № P001-1563331403-59158845 и, при отсутствии нарушений законодательства, согласовать установку средства размещения информации.

В соответствии с пунктом 8 статьи 39.1 Закона о защите конкуренции в случае невыполнения предупреждения в установленный срок при наличии признаков нарушения антимонопольного законодательства антимонопольный орган обязан принять решение о возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства в срок, не превышающий десяти рабочих дней со дня истечения срока, установленного для выполнения предупреждения.

Администрацией Предупреждение в установленный срок не исполнено.

На основании изложенного в отношении Администрации было возбуждено дело № 050/01/15-1727/2022 о нарушении антимонопольного законодательства.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

В соответствии со статьей 12 Федерального закона от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (далее – Закон о государственных и муниципальных услугах) предоставление государственных и муниципальных услуг осуществляется в соответствии с административными регламентами.

На основании статьи 7 Закона о государственных и муниципальных услугах органы, предоставляющие государственные и муниципальные услуги, не вправе предъявлять требования к заявителям в нарушение указанного Федерального закона, а также требования, не предусмотренные нормативными правовыми актами, регулирующими отношения, возникающие в связи с предоставлением государственной или муниципальной услуги.

Предоставление Муниципальной услуги осуществляется

Администрацией на основании Административного регламента.

Административный регламент устанавливает порядок и стандарт предоставления Муниципальной услуги, состав, последовательность и сроки выполнения административных процедур по предоставлению Муниципальной услуги, требования к порядку их выполнения, в том числе особенности выполнения административных процедур в электронной форме, а также особенности выполнения административных процедур в многофункциональных центрах предоставления муниципальных услуг в Московской области (далее – МФЦ), формы контроля за предоставлением Муниципальной услуги, досудебный (внесудебный) порядок обжалования решений и действий (бездействия) Администрации, должностных лиц, работников Администрации, работников МФЦ.

В соответствии с распоряжением Главного управления архитектуры и градостроительства Московской области от 14.07.2015 № 31РВ-72 «Об утверждении архитектурно-художественного регламента информационного и рекламного оформления зданий, строений, сооружений и объектов благоустройства Московской области» вывеска – это визуальная информация об организациях, индивидуальных предпринимателях или об обобщенном наименовании группы товаров без выделения конкретного товара среди ряда однородных товаров, размещаемая в месте производства или реализации таких товаров в форме различных типов средств размещения информации, определенных для ее размещения в зависимости от ее статуса, обязательная к донесению до потребителя в соответствии с Законом Российской Федерации от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (фирменное наименование (наименование) организации, место ее нахождения (адрес), режим ее работы), или иная, предусмотренная обычаями делового оборота и не относимая распорядительными и нормативными актами Российской Федерации к рекламе.

Согласно закону Московской области № 191/2014-ОЗ «О благоустройстве в Московской области» средства размещения информации – это конструкции, сооружения, технические приспособления, художественные элементы и другие носители, предназначенные для распространения информации, за исключением рекламных конструкций.

В пункте 13.2 Административного регламента указан исчерпывающий перечень оснований для отказа в предоставлении Муниципальной услуги, а именно:

- несоответствие категории заявителя кругу лиц, указанных в подразделе 2 Административного регламента;
- несоответствие документов, указанных в подразделе 10 Административного регламента, по форме или содержанию требованиям законодательства Российской Федерации;
- несоответствие дизайн-проекта (проектной документации) средства размещения информации архитектурно-художественным критериям, определенным в приложении 5 и приложении 6 Административного регламента;
- наличие в текстовой части средства размещения информации сведений рекламного характера, относящихся к таковым в соответствии с Законом о рекламе, а именно информации, направленной на продвижение на рынке объекта рекламирования, либо поддержание к нему интереса (за исключением наименования (коммерческое обозначение) организации в месте ее нахождения, логотипа, информации о режиме работы, видах реализуемого товара или профиле оказываемых услуг);
- имеется выданное другому лицу на ту же часть фасада здания согласование на установку средства размещения информации срок действия, которого не истек;
- заявителем подан запрос на выдачу согласования при действующем согласовании на той же части фасада здания.

Приложение 5 Административного регламента содержит требования к составу и содержанию дизайн-проекта (проектной документации), Приложение 6 Административного регламента содержит требования к внешнему виду средства размещения информации.

При рассмотрении дела представители Администрации не смогли пояснить каким конкретно перечисленным в Приложениях 5 и 6 Административного регламента критериям не соответствует дизайн-проект информационной конструкции ИП <...>/

На заседании Комиссии 11.04.2023 представитель Администрации по доверенности от 03.04.2023 № 150исх-28/2-50 <...> пояснила, что дизайн-проект Заявителя не соответствует критериям, указанным в Приложение 6 Административного регламента, а именно основному принципу художественно-композиционного решения: обеспечение в легкодоступном режиме информирования потенциального потребителя о деятельности предприятия, организации, учреждения.

Заявитель при размещении информационной конструкции

«НАКУРЕНО/кальяны/комплектующие/расходники» не информирует потребителей о деятельности предприятия, осуществляющего хозяйственную деятельность под указанной вывеской.

При этом при рассмотрении дела Комиссией установлено размещение информационной конструкции по адресу: Московская область, г. Ступино, пр-кт Победы, д. 29/38 с текстом «3 СЕСТРЫ», которая по своему содержанию также не обеспечивает в легкодоступном режиме информирования потенциального потребителя о деятельности организации, вместе с тем установлена на основании согласования № 276/9.4-4 от 11.11.2022.

По адресу: Московская область, г. Ступино, ул. Горького, влд. 20, стр. 2 установлена информационная конструкция «Прометей» которая по своему содержанию также не обеспечивает в легкодоступном режиме информирования потенциального потребителя о деятельности организации, вместе с тем установлена на основании согласования № 96/9.4-4 от 23.05.2022.

Учитывая изложенное, довод Администрации о том, что предполагаемая к размещению информационная конструкция Заявителя не обеспечивает в легкодоступном режиме информирования потенциального потребителя о деятельности организации, что не соответствует Приложению 6 Административного регламента, является несостоятельным.

По вопросу отнесения информации, размещенной на дизайн-проекте информационной конструкции ИП <...>, к рекламе, стимулированию продажи табака и спонсорству табака Комиссия установила следующее.

Согласно статье 3 Закона о рекламе рекламой признается 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; 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.

Законом о рекламе установлено, что требования указанного закона не распространяется на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

В соответствии с частями 1, 3 статьи 455 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК) товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота. Условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить наименование и количество товара.

Частью 1 статьи 467 ГК установлено, что, если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам (ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Таким образом, системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может выступать товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке, в том числе в случае размещения такой информации на рекламных конструкциях.

Информация, не содержащая указания на объект рекламирования, в том числе наименования организации, названий товаров (работ, услуг), средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которые позволяют выделить конкретное лицо или конкретный товар среди множества однородных, не направленная на их продвижение на рынке и не формирующая интереса к ним, не является рекламой, поскольку такая информация не содержит объекта рекламирования.

Информация с текстом: «*НАКУРЕНО/кальяны/комплектующие/расходники*» и с изображением комбинированного товарного знака (свидетельство на товарный знак от 21.10.2021 № 833804) не содержит указания на объект рекламирования, соответственно, не является рекламой.

Кроме того, указание в месте нахождения организации профиля ее деятельности либо ассортимента реализуемых товаров и услуг также признается обычаем делового оборота, и на такие информационные конструкции нормы Закона о рекламе не распространяются.

Указание в месте нахождения предприятия коммерческого обозначения, в том числе несовпадающего с наименованием организации, также предназначено для идентификации магазина для потребителей и не является рекламой.

Таким образом, указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, в том числе если такое указание осуществляется с использованием товарного знака или его части, а также профиля деятельности и перечня оказываемых услуг, не может рассматриваться в качестве рекламы, соответственно, на такую информацию требования Закона о рекламе не распространяются.

Согласно пункту «с» статьи 1 Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака реклама и стимулирование продажи табака означает любой вид передачи коммерческой информации, рекомендации или действия с целью, результатом или вероятным результатом стимулирования продажи табачного изделия или употребления табака, прямо или косвенно.

Пунктом 10 части 1 статьи 2 Закона об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма определено, что спонсорство табака или никотинсодержащей продукции – любой вид вклада в любые событие, мероприятие или отдельное лицо, целью, результатом или вероятным результатом которого является стимулирование продажи табачных изделий или никотинсодержащей продукции либо потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции прямо или косвенно.

Спонсорство заключается в предоставлении финансовой или иной поддержки индивидуальным предпринимателям и юридическим лицам, осуществляющим торговлю табаком и табачными изделиями, с целью повышения уровня продаж, а соответственно, и объемов прибыли.

Стимулирование продаж представляет собой совокупность действий по привлечению средств массовых коммуникаций, для повышения уровня сбыта табачной продукции. Такими стимулами выступают различные скидки, накопительные бонусы, премии и подарки, то есть некий материальный интерес.

Информация с текстом: «*НАКУРЕНО/кальяны/комплектующие/расходники*» и с изображением комбинированного товарного знака (свидетельство на товарный знак от 21.10.2021 № 833804), предполагаемая к размещению на информационной конструкции не содержит конкретных коммерческих сведений о товаре, рекомендаций к покупке, то есть не отвечает определениям стимулирования и спонсорства продажи табака, определенным действующим

законодательством.

Само по себе размещение вывески «*НАКУРЕНО/кальяны/комплектующие/расходники*» и с изображением комбинированного товарного знака (свидетельство на товарный знак от 21.10.2021 № 833804) является информированием покупателей о факте осуществления продажи табачной продукции в магазине, перед которым она установлена, а не привлечением внимания и стимулированием покупателей к осуществлению покупки указанного товара.

Таким образом, 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, поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Учитывая изложенное, довод Администрации о том, информации, размещенная на дизайн-проекте информационной конструкции ИП <...>, является рекламой, стимулированием продажи табака и спонсорством табака является несостоятельным.

По вопросу отсутствия у ИП <...> согласия собственников помещений многоквартирного дома на размещение информационной конструкции на фасаде многоквартирного дома, расположенного по адресу: Московская область, г. Ступино, пр-кт Победы, д. 22 (далее – МКД), Комиссией установлено следующее.

Административным регламентом не предусмотрено обязательное предоставление согласия собственников помещений многоквартирного дома при получении Муниципальной услуги.

Администрацией в материалы дела представлен протокол № 2 общего собрания собственников помещений многоквартирного дома, расположенного по адресу: Московская область, г. Ступино, пр-кт Победы, д. 22 от 09.12.2022, проведенного по инициативе <...>.

Одним из вопросов повестки общего собрания собственников помещений являлся вопрос размещения использования общего имущества МКД третьими лицами, установка информационной конструкции (вывески) на фасаде МКД.

По итогам голосования собственники решили отказать третьим лицам в использовании общего имущества МКД для установки информационной конструкции (вывески) на фасаде МКД.

В соответствии с частью 1 статьи 46 ЖК подлинники решений и

протокола общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме подлежат обязательному представлению лицом, по инициативе которого было созвано общее собрание, в управляющую организацию, правление товарищества собственников жилья, жилищного или жилищно-строительного кооператива, иного специализированного потребительского кооператива, а при непосредственном способе управления многоквартирным домом в орган государственного жилищного надзора не позднее чем через десять дней после проведения общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме.

Согласно данным информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: <https://www.reformagkh.ru/myhouse/profile/view/9039012> управляющей организацией МКД, является ООО «Жилресурс» (ИНН: 5019019276) (далее – Управляющая организация).

Представителем ИП <...> представлено в материалы дела письмо ООО «Жилресурс» от 28.02.2023 № 096-1/23, в соответствии с которым Управляющая организация не являлась инициатором проведения общего собрания собственников по вопросу установки информационной конструкции на фасаде МКД и не располагает сведениями об инициаторе данного общего собрания.

Решение собственников в виде протокола общего собрания по вопросу размещения информационной конструкции на фасаде МКД в Управляющую организацию не передавалось.

На запрос Управления, ООО «Жилресурс» письмом от 21.04.2023 № 216-1/23 также сообщило, что инициатором собрания не являлось, документами, составленными в ходе проведения Общего собрания собственников помещений МКД, Общество не располагает.

Вместе с тем собственники иных информационных конструкций, размещенных на фасаде МКД, а именно ООО «Цифровые технологии» и ИП <...>, не представляли в Администрацию копии согласия собственников помещений многоквартирного дома при выдаче согласований на установку информационных конструкций на МКД по заявлениям

№ Р001-7370253733-33297798 от 04.02.2020 и № Р001-5307703588-59279597 от 17.05.2022 соответственно.

Согласно позиции Администрации указанным собственникам не требуется представлять согласие собственников помещений МКД, в связи с тем, что по данным вопросам общее собрание собственников помещений в МКД никто из собственников не инициировал, в связи с чем оно не проводилось.

Вместе с тем из протокола № 2 общего собрания собственников помещений МКД, проведенного по инициативе <...>, не следует, что решение об использовании общего имущества МКД третьими лицами для установки информационной конструкции принято относительно информационной конструкции, предполагаемой к установке ИП <...>.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что довод Администрации относительно необходимости получения согласия собственников помещения МКД для размещения информационной конструкции, а также имеющийся в материалах дела протокол № 2 общего собрания собственников помещений МКД, который не направлен в Управляющую организацию в установленные сроки, являются несостоятельными.

По вопросу использования художественного элемента на информационной конструкции исключительно в соответствии с зарегистрированным товарным знаком Комиссия установила следующее.

Согласно подпункту 1 пункта 2 статьи 1484 ГК исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности, путем размещения товарного знака на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации.

Из содержания данной нормы следует, что под иным введением в гражданский оборот понимается не только продажа или обмен, но и предложение к продаже товара, демонстрация его на выставках и ярмарках. При этом перечень способов введения в гражданский оборот товаров с использованием результатов интеллектуальной деятельности не является исчерпывающим.

Товарный знак ИП <...> (свидетельство на товарный знак от 21.10.2021 № 833804) является комбинированным, то есть состоит из словесного и изобразительного обозначения.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1538 ГК юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации

принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий (статья 132) коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

Под коммерческим обозначением следует понимать символ, используемый субъектом предпринимательской деятельности в целях индивидуализации своего предприятия как имущественного комплекса, подлежащий правовой охране в силу известности на определенной территории, не требующий регистрации в специальном реестре. Цель использования коммерческого обозначения – индивидуализация предпринимательской деятельности в целом посредством идентификации предприятия через создание неповторимого, оригинального, известного на определенной территории образа (символа) того или иного субъекта предпринимательства.

«Накурено» является коммерческим обозначением Заявителя, используемым индивидуальным предпринимателем в своей хозяйственной деятельности, в том числе в товарном знаке, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Администрация в ходе рассмотрения дела не смогла пояснить в соответствии с каким нормативно-правовым актом Заявитель может использовать художественный элемент исключительно в соответствии с зарегистрированным товарным знаком.

По сведениям Администрации на территории городского округа Ступино Московской области 13 точек, реализующих табак, табачную продукцию, табачные изделия, никотинсодержащую продукцию, курительные принадлежности, а также устройства для потребления никотинсодержащей продукции, кальяны.

Из 13 точек, расположенных на территории городского округа, 5 точек имеют средство размещения информации в месте осуществления хозяйственной деятельности, а именно:

- ИП <...> (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>, дата регистрации в качестве индивидуального предпринимателя: 03.06.2022) является индивидуальным предпринимателем, следовательно, является хозяйствующим субъектом. Основным видом деятельности является торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах, идентифицированное кодом 47.11 ОКВЭД;
- ИП <...> (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>, дата регистрации в качестве

индивидуального предпринимателя: 04.06.2021) является индивидуальным предпринимателем, следовательно, является хозяйствующим субъектом. Основным видом деятельности является торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах, идентифицированное кодом 47.11 ОКВЭД;

- ИП <...> (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>, дата регистрации в качестве индивидуального предпринимателя: 08.07.2019) является индивидуальным предпринимателем, следовательно, является хозяйствующим субъектом. Основным видом деятельности является торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах, идентифицированное кодом 47.11 ОКВЭД;
- ИП <...> (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>, дата регистрации в качестве индивидуального предпринимателя: 14.12.2017) является индивидуальным предпринимателем, следовательно, является хозяйствующим субъектом. Основным видом деятельности является торговля розничная пивом в специализированных магазинах, идентифицированное кодом 47.25.12 ОКВЭД;
- ИП <...> (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>, дата регистрации в качестве индивидуального предпринимателя: 04.02.2021) является индивидуальным предпринимателем, следовательно, является хозяйствующим субъектом. Основным видом деятельности является торговля розничная табачными изделиями в специализированных магазинах, идентифицированное кодом 47.26 ОКВЭД.

Заявитель зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя 14.07.2015, основным видом деятельности Заявителя является торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах, идентифицированное кодом 47.11 ОКВЭД.

Заявитель осуществляет указанный вид деятельности с 15.03.2019 (дата внесения соответствующей записи в ЕГРИП) по настоящее время.

Географическими границами товарного рынка является городской округ Ступино Московской области.

Согласно пункту 2 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции, органам местного самоуправления запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, за исключением предусмотренных федеральными законами случаев

принятия актов и (или) осуществления таких действий (бездействия), в частности запрещается необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами в том числе путем установления не предусмотренных законодательством Российской Федерации требований к товарам или к хозяйствующим субъектам.

Закрепленные в данной норме запреты распространяются, прежде всего, на акты и действия органов власти в сфере публично-правовых отношений в целях предупреждения их негативного вмешательства в конкурентную среду посредством использования административных (волевых) инструментов.

Руководствуясь статьей 48.1 Закона о защите конкуренции Комиссия на заседании 11.04.2023 приняла заключение об обстоятельствах дела № 050/01/15-1727/2022 от 17.04.2023 № КИ/6578/23 (далее – Заключение) и направила его лицам, участвующим в деле.

Согласно части 5 статьи 48.1 Закона о защите конкуренции лица, участвующие в деле, вправе представить Комиссии пояснения, доказательства и приводить доводы в письменной форме в отношении обстоятельств, изложенных в заключении об обстоятельствах дела, до окончания рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства и оглашения резолютивной части решения по нему на заседании комиссии.

Представленные возражения на Заключение не указывают на неверное толкование Комиссией имеющихся доказательств, не содержат обстоятельств, которые не были известны Комиссии ранее и не опровергают изложенных в Заключении выводов. Документов, указывающих на ошибочность выводов Комиссии, также не представлено.

Действия Администрации в части необоснованного отказа в предоставлении Муниципальной услуги препятствуют ИП <...> осуществлению хозяйственной деятельности.

На основании изложенного, учитывая совокупность имеющихся в деле № 050/01/15-1727/2022 доказательств, Комиссия приходит к выводу о том, что действия Администрации городского округа Ступино Московской области, выразившиеся в необоснованном отказе ИП <...> в предоставлении муниципальной услуги «Согласование установки средства размещения информации на территории городского округа Ступино Московской области» по заявлению от 13.05.2022 № Р001-1563331403-59158845 привели нарушению требований пункта 2 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 – 4 статьи 41, статьей 48, частью 1 статьи 49 Закона о защите конкуренции,

РЕШИЛА:

1. Признать Администрацию городского округа Ступино Московской области (место нахождения: 142800, Московская область, г. Ступино, ул. Андропова, д. 43А/2) нарушившей требования пункта 2 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции, в части необоснованного отказа ИП <...> в предоставлении муниципальной услуги «Согласование установки средства размещения информации на территории городского округа Ступино Московской области» по заявлению от 13.05.2022 № Р001-1563331403-59158845.
2. Выдать Администрации городского округа Ступино Московской области обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения антимонопольного законодательства.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном статьей 19.8 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.