

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

№ 054/01/15-1259/2024

О ПРЕКРАЩЕНИИ ДЕЙСТВИЙ (БЕЗДЕЙСТВИЯ), КОТОРЫЕ СОДЕРЖАТ ПРИЗНАКИ НАРУШЕНИЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

23 мая 2024г.

г. Новосибирск

В действиях (бездействии) Администрации Усть-Тарковского района Новосибирской области (<...>) установлены признаки нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренные ч. 1 ст. 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», согласно которой федеральным органам исполнительной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов или организациям, организациям, участвующим в предоставлении государственных или муниципальных услуг, а также государственным внебюджетным фондам, Центральному банку Российской Федерации 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 Управление Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области (далее – Новосибирское УФАС России) поступило поручение Федеральной антимонопольной службы № МШ-10279-С/24 от 12.04.2024 г. об усилении контроля за соблюдением антимонопольного законодательства органами власти и пресечения незаконной установки и эксплуатации рекламных конструкций, в том числе, в случае установления факта отсутствия утвержденной схемы размещения рекламных конструкций либо отсутствия публикации указанной схемы принятия мер реагирования в форме выдачи предупреждения в соответствии со статьей 39.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) (вх. № 6947-ЭП/24 от 15.04.2024 г.).

На запрос Новосибирского УФАС России администрация Усть-Тарковского района Новосибирской области письмом № 1270 от 15.05.2024г. сообщила о том, что схему размещения рекламных конструкций не утвердила, схема отсутствует (вх. № 9038-ЭП/24 от 16.05.2024 г.).

В соответствии со статьей 22 Федерального закона от 26.07.2006 №135 ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) к основным функциям антимонопольного органа относится обеспечение государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, хозяйствующими субъектами, физическими лицами.

В соответствии со статьей 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38 ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), органам местного самоуправления в сфере

наружной рекламы предоставлены полномочия по утверждению схем размещения рекламных конструкций (часть 5.8 статьи 19 Закона о рекламе), выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (часть 9 статьи 19 Закона о рекламе) и предписаний о демонтаже рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых в отсутствие разрешения, срок действия которого не истек (часть 10 статьи 19 Закона о рекламе); принятию решения об аннулировании разрешений, по основаниям, установленным Законом о рекламе (часть 18 статьи 19 Закона о рекламе), а также право обращаться в суд с иском о признании ранее выданного разрешения недействительным (часть 20 статьи 19 Закона о рекламе).

Надлежащее исполнение органами местного самоуправления обязанностей в сфере контроля за установкой и эксплуатацией рекламных конструкций является основой развития этого сектора экономики, обеспечивает равные условия осуществления предпринимательской деятельности на рынке наружной рекламы, препятствует созданию барьеров входа на указанный рынок и не позволяет создавать условия ограничения или устранения конкуренции.

В соответствии с частью 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции федеральным органам исполнительной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов или организациям, организациям, участвующим в предоставлении государственных или муниципальных услуг, а также государственным внебюджетным фондам, Центральному банку Российской Федерации запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции.

Согласно части 5.8 статьи 19 Закона о рекламе органы местного самоуправления муниципальных районов, муниципальных или городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте органа местного самоуправления муниципального района,

органа местного самоуправления муниципального округа или органа местного самоуправления городского округа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Для целей настоящей статьи под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

Таким образом, частью 5.8 статьи 19 Закона о рекламе установлена обязанность органов местного самоуправления по утверждению схемы размещения рекламных конструкций.

Содержание схемы:

1) места размещения рекламных конструкций:

- земельные участки независимо от форм собственности;

- здания или иное недвижимое имущество, находящееся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности;

2) типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

Каждый орган местного самоуправления обязан разработать и утвердить схему размещения рекламных конструкций. В случае, если органом местного самоуправления принято решение, что на территории соответствующего муниципального образования не будут размещаться рекламные конструкции, органу местного самоуправления необходимо утвердить соответствующее решение.

Отсутствие утвержденной схемы размещения рекламных конструкций в совокупности с фактически установленной и эксплуатируемой рекламной конструкцией, размещенной на земельном участке независимо от форм собственности либо здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, указывает на признаки нарушения статьи 15 Закона о защите конкуренции.

Частью 5.8 статьи 19 Закона о рекламе установлена также обязанность органов местного самоуправления по опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте органа местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» схемы размещения рекламных конструкций и вносимых в нее изменений.

Непубликация схемы размещения рекламных конструкций и вносимых в нее изменений указывает на признаки нарушения статьи 15 Закона о защите конкуренции.

В связи с тем, что администрация Усть-Таркского района Новосибирской области, в настоящее время не утвердила схему размещения рекламных конструкций, не опубликовала (не обнародовала) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и не разместила на официальном сайте органа местного самоуправления в информационно-

телекоммуникационной сети «Интернет» схему размещения рекламных конструкций и вносимых в нее изменений, в ее действиях усматривается нарушение статьи 15 Закона о защите конкуренции.

Согласно части 1 статьи 39.1 Закона о защите конкуренции целях пресечения действий (бездействия), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции и (или) ущемлению интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо ущемлению интересов неопределенного круга потребителей, антимонопольный орган выдает хозяйствующему субъекту, федеральному органу исполнительной власти, органу государственной власти субъекта Российской Федерации, органу местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов органу или организации, организации, участвующей в предоставлении государственных или муниципальных услуг, государственному внебюджетному фонду предупреждение в письменной форме о прекращении действий (бездействия), об отмене или изменении актов, которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства, либо об устранении причин и условий, способствовавших возникновению такого нарушения, и о принятии мер по устранению последствий такого нарушения, либо о ликвидации или принятии мер по прекращению осуществления видов деятельности унитарного предприятия, которое создано или осуществляет деятельность с нарушением требований настоящего Федерального закона (далее - предупреждение).

Предупреждение выдается лицам, указанным в части 1 настоящей статьи, в случае выявления признаков нарушения пунктов 3, 5, 6 и 8 части 1 статьи 10, статей 14.1, 14.2, 14.3, 14.7, 14.8 и 15 данного Федерального закона. Принятие антимонопольным органом решения о возбуждении дела о нарушении пунктов 3, 5, 6 и 8 части 1 статьи 10, статей 14.1, 14.2, 14.3, 14.7, 14.8 и 15 настоящего Федерального закона без вынесения предупреждения и до завершения срока его выполнения не допускается (ч.2 ст. 39.1 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»).

В связи с наличием в действиях администрации Усть-Таркского района Новосибирской области признаков нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренных ч. 1 ст. 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Новосибирское УФАС России на основании статьи 39.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» предупреждает о прекращении нарушения антимонопольного законодательства путем совершения действий, направленных на утверждение схемы размещения рекламных конструкций, ее публикацию (обнародование) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещение на официальном сайте органа местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и вносимых в них изменений,

в срок до 22.07.2024г.

О выполнении предупреждения сообщить в Новосибирское УФАС России в течение трех дней со дня окончания срока, установленного для его выполнения, представив подтверждающие документы.