**Практика применения антимонопольного законодательства**

**в рамках контроля процедуры установки и эксплуатации**

**рекламных конструкций**

*(К.И. Мурзин, руководитель Тверского УФАС России)*

**1. Схемы размещения рекламных конструкций.**

В соответствии с частью 5.8 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций (далее – Схема), которые определяют места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций. Схема 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.

Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках независимо от формы собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, допускается только при наличии утвержденных в установленном порядке соответствующих Схем.

В соответствии с частью 5.1 статьи 19 Закона о рекламе заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов. Торги могут проводиться только в отношении рекламных конструкций, указанных в Схемах.

В Тверской области с 2017 года органы местного самоуправления не участвуют в процедуре разработки и утверждения Схем. Законом Тверской области от 29.12.2016 № 89-ЗО перераспределены полномочия между органами местного самоуправления и органами государственной власти Тверской области и полномочия по утверждению Схем во всех муниципальных образованиях возложены на Главное управление архитектуры и градостроительной деятельности Тверской области (далее – Главархитектура).

Утвержденный постановлением Правительства Тверской области от 24.12.2019 № 528-пп Порядок организации работы по осуществлению полномочий в сфере рекламы (далее – Порядок) предусматривает многоступенчатую и труднореализуемую процедуру утверждения Схемы:

- Главархитектура обеспечивает разработку проекта Схемы и направляет его в Межведомственную комиссию при Правительстве Тверской области по наружной рекламе (далее - Межведомственная комиссия);

- Межведомственная комиссия рассматривает проект Схемы, готовит протокольное решение и направляется указанные документы в Градостроительный совет Тверской области;

- Градостроительный совет принимает решение, содержащее рекомендацию Главархитектуре утвердить Схему;

- Главархитектура утверждает Схему.

Правительство Тверской области настаивало на отсутствии надлежащих (актуальных) проектов Схем и бездействии Главархитектуры. Главархитекрура представила документы, подтверждающие наличие проектов Схем и их одобрение Межведомственной комиссией.

При этом установлено, что в 2021-2022гг. заседания Градостроительного совета не проводились, что препятствовало утверждению Схем, проведению торгов и ограничивало доступ на рынок рекламы, в связи с чем Правительству Тверской области, коллегиальным совещательным органом которого вляется Градостроительный совет и которое определяет порядок его деятельности и состав, выдано предупреждение, а затем возбуждено дело по признакам нарушения части 1статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Рассмотрение дела приостановлено до вступления в законную силу решения суда по иску прокуратуры Тверской области к Правительству Тверской области и Главархитектуре о признании незаконным бездействия указанных органов исполнительной власти (иск подан в период рассмотрения дела).

В результате длительного бездействия органов исполнительной власти Тверской области «легальный» рынок наружной рекламы практически исчез, что губительно не только для конкуренции, но и для бюджета, поскольку законная эксплуатация рекламных конструкций по результатам торгов ранее обеспечивала существенные бюджетные поступления.

**2. Демонтаж рекламных конструкций, установленных и эксплуатируемых без разрешений**

Контроль за размещением и эксплуатацией рекламных конструкций должны осуществлять органы местного самоуправления и органы исполнительной власти субъекта Российской Федерации. Это – их обязанность. Так, в соответствии с частью 21 статьи 19 Закона о рекламе владелец рекламной конструкции обязан осуществить ее демонтаж в течение месяца со дня выдачи предписания органа местного самоуправления о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, срок действия которого не истек, а также удалить информацию, размещенную на такой рекламной конструкции, в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания

Согласно части 21.1 статьи 19 Закона о рекламе, если в установленный срок собственник или иной законный владелец недвижимого имущества, к которому присоединена рекламная конструкция, не выполнил указанную обязанность или владелец рекламной конструкции неизвестен, орган местного самоуправления выдает предписание о демонтаже.

В отсутствие Схем практически все оставшиеся рекламные конструкции не имеют действующих разрешений, но многие продолжают эксплуатироваться по назначению и приносить доход.

В Тверской области не осуществляется должный контроль за размещением и эксплуатацией рекламных конструкций и такие действия (бездействие) содержат признаки нарушения части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции.

При этом надлежащие меры по демонтажу рекламных конструкций предпринимаются органами власти только после выдачи Тверским УФАС России предупреждений в порядке статьи 39.1 Закона о защите конкуренции. Так, в 2023 году в результате исполнения 2-х предупреждений демонтированы не имеющие разрешений рекламные конструкции в двух муниципальных образованиях – г. Твери и г. Кимры.