



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ
СУМСЬКЕ ОБЛАСНЕ ТЕРИТОРІАЛЬНЕ ВІДДІЛЕННЯ

РЕКОМЕНДАЦІЇ
АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ

11.10.2018

м. Суми

№02-08/1470

Міському голові міста Ромни

Салатуну С.А.

42000, м.Ромни, бул.Шевченка, 2

**Про припинення дій, які містять ознаки
порушення законодавства про захист економічної
конкуренції, усунення причин виникнення цих
порушень і умов, що їм сприяють**

1.ПРЕДМЕТ РЕКОМЕНДАЦІЙ

- (1) Під час виконання доручення в.о. Голови Антимонопольного комітету України Ніжнік М.В. від 20.07.2018 №13-02/553 стосовно з'ясування інформації щодо комунальних підприємств, які поєднують діяльність на ринку розміщення зовнішньої реклами та суміжних йому ринках з виконанням адміністративних функцій на цих ринках, та щодо суб'єктів господарювання, які здійснюють демонтаж/зберігання рекламних конструкцій Сумським обласним територіальним відділенням Антимонопольного комітету України було виявлено рішення, прийняте Роменською міською радою, яким місцевим підприємствам, що займаються рекламною діяльністю, а також у випадку розміщення реклами товарів (послуг) місцевих товаровиробників розповсюджувачам зовнішньої реклами надаються переваги шляхом зменшення плати за її розміщення.
- (2) З метою врегулювання відносин, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами у м. Ромни, визначення порядку надання дозволів на розміщення такої реклами та плати за її розміщення Роменською міською радою шостого скликання було прийнято рішення шістнадцятої сесії від 25 листопада 2011 року (далі – *Рішення від 25.11.2011*), яким затверджено: Правила розміщення зовнішньої реклами на території м.Ромни (далі – *Правила*), Типовий договір про розміщення зовнішньої реклами, а також тарифи за користування місцями розташування об'єктів зовнішньої реклами (далі - *Тарифи за користування місцями розташування об'єктів зовнішньої реклами, Тарифи*).

2. ЗАКОНОДАВЧЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПИТАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ

- (3) Питання розміщення зовнішньої реклами в Україні врегульовано Законами України «Про рекламу», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про засади держаної мовної політики», Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами, а також іншими нормативно-правовими актами, які визначають термінологію, умови використання та порядок розміщення засобів зовнішньої реклами.
- (4) Основні засади рекламної діяльності в Україні визначає Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 року (далі – *Закон*). Статтею 1 Закону визначено поняття

реклами та зовнішньої реклами. Так, рекламою є 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 осіб чи товару. У свою чергу, під зовнішньою рекламою Законом визначено рекламу, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях – рекламоносіях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг.

- (5) Згідно з частиною першою статті 16 зазначеного Закону розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, а поза межами населених пунктів – на підставі дозволів, що надаються обласними державними адміністраціями, а на території Автономної Республіки Крим – Радою міністрів Автономної Республіки Крим, в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України.
- (6) Постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067 затверджено Типові правила розміщення зовнішньої реклами (далі – Типові правила), якими врегульовано відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами у населених пунктах, та визначено порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.
- (7) При цьому для врегулювання порядку отримання дозволів на розміщення зовнішньої реклами на місцях виконавчі органи місцевих рад уповноважено законодавством на розробку та прийняття локальних правил, які не мають суперечити Типовим правилам розміщення зовнішньої реклами.
- (8) Так, згідно з пунктом третім Типових правил, зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів та у порядку, встановленому виконавчими органами сільських, селищних, міських рад відповідно до цих Правил.
- (9) Пунктом 32 Типових правил також визначено, що плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку, визначеному органами місцевого самоврядування, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, – на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою).

3. НАДАННЯ ПЕРЕВАГ У КОНКУРЕНЦІЇ

- (10) Роменська міська рада (бул. Шевченка, 2, м. Ромни, Сумська область, 42000, ідентифікаційний код юридичної особи 35425618) (далі – *Міська рада*) є органом місцевого самоврядування, діє на підставі Конституції України, Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», інших законодавчих та нормативних актів України, що регламентують діяльність місцевого самоврядування.
- (11) Рішенням від 25.11.2011 затверджено *Тарифи за користування місцями розташування об'єктів зовнішньої реклами*, згідно із якими розмір плати в місяць за 1 кв.м площі спеціальної конструкції встановлений (без ПДВ та податку на рекламу): окремо установлена щитова установка – 20,0 грн., окремо розташована тумба - 15,0 грн., панель, кронштейн на стовпах міського освітлення - 35,0 грн., транспаранти-перетяги, підвіси над проїжджою частиною вулиць, шляхів (в тому числі на жорсткій основі) – 35,0 грн., вивіски, написи, показчики, які розміщуються на будівлях, спорудах і несуть інформаційний характер, - 10,0 грн. тощо.
- (12) Разом з тим *Тарифами* передбачено, що «для підтримки місцевих підприємств, що займаються рекламною діяльністю, застосовується зменшуючий коефіцієнт 0,7; у випадку розміщення реклами товарів (послуг) місцевих товаровиробників застосовується зменшуючий коефіцієнт 0,8».
- (13) Водночас *Тарифами* визначено, що «розмір плати за користування місцями збільшується на коефіцієнт 1,2 у випадках надання місць для розташування

спеціальних конструкцій розповсюджувачам зовнішньої реклами, що зареєстровані та діють не в м.Ромни».

- (14) Зазначене свідчить про те, що для місцевих товаровиробників, а також для місцевих підприємств, що займаються рекламною діяльністю, *Рішення від 25.11.2011* (в частині затвердження *Тарифів*) передбачає менший розмір плати за користування місцями розташування рекламних засобів, що тим самим ставить їх у нерівне (привілейоване) становище по відношенню до немісцевих суб'єктів господарювання, що може мати негативні наслідки для конкуренції.
- (15) Відповідно до частини першої статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» антиконкурентними діями органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю є прийняття будь-яких актів (рішень, наказів, розпоряджень, постанов тощо), надання письмових чи усних вказівок, укладення угод або будь-які інші дії чи бездіяльність органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю (колегіального органу чи посадової особи), які призвели або можуть призвести до недопущення, усунення, обмеження чи спотворення конкуренції. Так, згідно з абзацом 7 частини другої статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» антиконкурентними діями органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю, зокрема, визнається надання окремим суб'єктам господарювання або групам суб'єктів господарювання пільг чи інших переваг, які ставлять їх у привілейоване становище стосовно конкурентів, що призводить або може призвести до недопущення, усунення, обмеження чи спотворення конкуренції; відповідно до абзацу 8 частини другої статті 15 цього Закону антиконкурентними визнаються дії зазначених органів, внаслідок яких окремим суб'єктам господарювання створюються несприятливі чи дискримінаційні умови діяльності порівняно з конкурентами.
- (16) Виходячи із приписів законодавства про захист економічної конкуренції, задля забезпечення справжньої, добросовісної конкуренції усі суб'єкти господарювання мають знаходитись у рівних умовах, що було знехтувано *Міською радою* при прийнятті *Рішення від 25.11.2011*.
- (17) Встановлення окремим групам суб'єктів господарювання нижчої порівняно з конкурентами плати за користування місцями розташування рекламних засобів, що перебувають в комунальній власності територіальної громади міста Ромни, створює для них більш сприятливі умови для конкуренції; водночас встановлення для іншої групи суб'єктів господарювання (розповсюджувачам зовнішньої реклами, що зареєстровані та діють не в м.Ромни) підвищеної на коефіцієнт 1,2 плати за користування місцями розташування рекламних засобів створюють останнім несприятливі чи дискримінаційні умови діяльності порівняно з конкурентами.
- (18) Зазначена ситуація призводить до того, що місцеві і немісцеві товаровиробники (підприємства, що займаються рекламною діяльністю), які здійснюють рекламну діяльність в певному населеному пункті, знаходяться у нерівних умовах при здійсненні ними своєї господарської діяльності
- (19) При цьому суб'єкти господарювання – місцеві товаровиробники та підприємства, що займаються рекламною діяльністю, можуть отримувати переваги щодо плати за користування місцями розташування рекламних засобів у місті Ромни не завдяки власним досягненням, а за рахунок зовнішніх чинників, якими в цьому випадку є дії органу місцевого самоврядування.
- (20) З огляду на те, що дії *Міської ради*, що полягають у прийнятті рішення від 25 листопада 2011 року «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території м.Ромни, тарифів за користування місцями розташування об'єктів зовнішньої реклами та типового договору про розміщення зовнішньої реклами», яким встановлено різні умови для користування місцями розташування рекламних засобів, що

перебувають у комунальній власності територіальної громади м.Ромни, для місцевих і немісцевих товаровиробників та підприємств, що займаються рекламною діяльністю, в частині застосування понижуючих коефіцієнтів для місцевих товаровиробників та підприємств, що займаються рекламною діяльністю, а також підвищуючого коефіцієнта для розповсюджувачів зовнішньої реклами, що зареєстровані та діють не в м.Ромни, містять ознаки порушень законодавства про захист економічної конкуренції, передбачених пунктом 3 статті 50, частиною першою статті 15, абзацами 7 та 8 частини другої статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції», як антиконкурентні дії органу місцевого самоврядування:

у вигляді в частині надання окремим групам суб'єктів господарювання переваг, які ставлять їх у привілейоване становище стосовно конкурентів, що може призвести до недопущення, усунення, обмеження чи спотворення конкуренції;

внаслідок яких окремим групам суб'єктів господарювання створюються несприятливі чи дискримінаційні умови діяльності порівняно з конкурентами.

- (21) Проект зазначеного рішення на погодження до територіального відділення не надсилався.
- (22) Враховуючи викладене, керуючись статтями 12, 12-1, 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтею 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та пунктами 3, 11 Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 23 лютого 2001 року № 32-р, зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 30 березня 2001 року № 291/5482 (зі змінами), адміністративна колегія Сумського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України надає Роменській міській раді такі обов'язкові для розгляду

РЕКОМЕНДАЦІЇ:

У двомісячний термін з дня отримання цих рекомендацій припинити дії, які містять ознаки порушень законодавства про захист економічної конкуренції, шляхом встановлення рівних умов для користування місцями розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності територіальної громади м. Ромни, як для місцевих, так і немісцевих товаровиробників та підприємств, що займаються рекламною діяльністю.

Про результати розгляду цих рекомендацій (наміри щодо їх виконання) повідомити Сумське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету у десятиденний термін з дня їх отримання. Про результати виконання цих рекомендацій повідомити Сумське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету у п'ятиденний строк з дня їх виконання.

Рекомендації органів Антимонопольного комітету України є обов'язковими для розгляду органами чи особами, яким вони надані.

Разом з тим доводимо до Вашого відома, що за умови виконання положень рекомендацій у разі, якщо порушення не призвело до суттєвого обмеження чи спотворення конкуренції, не завдало значних збитків окремим особам чи суспільству та вжито відповідних заходів для усунення наслідків порушення, провадження у справі про порушення законодавства про захист економічної конкуренції не розпочинається.

Голова адміністративної колегії

Є. М. Касьян

Члени адміністративної колегії

В.М.Коваленко

С. В. Гусак

О. П. Нагорний