**ДОКЛАД**

**С РУКОВОДСТВОМ ПО СОБЛЮДЕНИЮ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ ТРЕБОВАНИЙ, ДАЮЩИМ РАЗЪЯСНЕНИЕ, КАКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПРАВОМЕРНЫМ**

**РАЗЪЯСНЕНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

**По применению пункта 8 части 1 статьи 17.1**

**Федерального закона от 26.07.2006 № 135-фз**

**"О защите конкуренции"**

Согласно позиции ФАС России (письмо № N РП/44685/17 от 30.06.2017) пункт 8 части 1 статьи 17.1 Закона о защите конкуренции допускает возможность заключения договоров без проведения торгов с лицом, обладающим правами владения и (или) пользования сетью инженерно-технического обеспечения, в случае, если передаваемое имущество является частью соответствующей сети инженерно-технического обеспечения и данные часть сети и сеть являются технологически связанными в соответствии с законодательством о градостроительной деятельности.

Таким образом, положения пункта 8 части 1 статьи 17.1 Закона о защите конкуренции могут применяться только при обязательном соблюдении совокупности следующих условий:

1) участок сети инженерно-технического обеспечения, подлежащий передаче, должен являться частью соответствующей сети, которая находится во владении или пользовании у лица, претендующего на такой участок сети;

2) данные части сети и сеть имеют взаимные точки присоединения и участвуют в единой технологической системе электро -, газо -, тепло -, водоснабжения и водоотведения.

В соответствии с пунктом 2 Правил определения и предоставления технических условий подключения объекта капитального строительства к сетям инженерно-технического обеспечения, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 13.02.2006 N 83 (далее - Правила N 83):

- сети инженерно-технического обеспечения - совокупность имущественных объектов, непосредственно используемых в процессе тепло -, газо -, водоснабжения и водоотведения;

- технологически связанные сети - это принадлежащие на праве собственности или ином законном основании организациям сети инженерно-технического обеспечения, имеющие взаимные точки присоединения и участвующие в единой технологической системе тепло -, газо -, водоснабжения и водоотведения.

В отношении газовых сетей для подтверждения технологической связи могут рассматриваться акты разграничения балансовой и эксплуатационной ответственности газовых сетей, схемы газоснабжения муниципальных образований, а также иные документы, подтверждающие, что передаваемое имущество имеет общие точки с имуществом, хозяйствующего субъекта которому передается имущество в порядке пункта 8 части 1 статьи 17.1 Закона о защите конкуренции.

Понятие технологически связанных сетей, определенное в Правилах N 83, применимо и к электрическим сетям.

Пунктом 2 Правил недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания этих услуг, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 27.12.2004 N 861, определено понятие документов о технологическом присоединении - документы, составляемые (составленные) в процессе технологического присоединения (после завершения технологического присоединения) энергопринимающих устройств (объектов электроэнергетики) к объектам электросетевого хозяйства, в том числе технические условия, акт об осуществлении технологического присоединения, акт разграничения балансовой принадлежности электросетей, акт разграничения эксплуатационной ответственности сторон.

Указанные документы о технологическом присоединении будут подтверждать имеющуюся взаимосвязь между объектами электросетевого хозяйства.

Также принадлежность к единому инфраструктурному комплексу может быть подтверждена на основании соответствующего заключения органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации ответственного за обеспечение функционирования инженерной инфраструктуры. Данный вывод согласуется с судебной практикой (постановление Арбитражного суда Уральского округа от 27.04.2017 N Ф09-1406/17 (по делу N А60-5460/2016).

Указанный подход применялся ФАС России при рассмотрении дела N 1-15-131/00-04-15.

Особенности передачи прав владения и (или) пользования централизованными системами горячего водоснабжения, холодного водоснабжения и (или) водоотведения, отдельными объектами таких систем, находящимися в государственной или муниципальной собственности, установлены главой 7.1 Федерального закона от 07.12.2011 N 416-ФЗ "О водоснабжении и водоотведении" (далее - Закон о водоснабжении и водоотведении) и главой 6.1 Федерального закона от 27.07.2010 N 190-ФЗ "О теплоснабжении" (далее - Закон о теплоснабжении).

В соответствии с частью 1 статьи 41.1 Закона о водоснабжении и водоотведении передача прав владения и (или) пользования централизованными системами горячего водоснабжения, холодного водоснабжения и (или) водоотведения, отдельными объектами таких систем, находящимися в государственной или муниципальной собственности, осуществляется по договорам аренды таких систем и (или) объектов, которые заключаются в соответствии с требованиями гражданского законодательства, антимонопольного законодательства Российской Федерации и принятых в соответствии с ними иных нормативных правовых актов Российской Федерации с учетом установленных Законом о водоснабжении и водоотведении особенностей.

Согласно части 2 статьи 41.1 Закона о водоснабжении и водоотведении осуществление полномочий по организации в границах поселения, городского округа водоснабжения населения и водоотведения посредством передачи прав владения и (или) пользования централизованными системами горячего водоснабжения, холодного водоснабжения и (или) водоотведения, отдельными объектами таких систем, находящимися в муниципальной собственности, реализуется по договорам их аренды или по концессионным соглашениям, за исключением случаев передачи прав владения, пользования, распоряжения такими системами и (или) объектами в соответствии с законодательством Российской Федерации о приватизации.

Аналогичные нормы в отношении объектов теплоснабжения, находящихся в государственной или муниципальной собственности, содержатся в частях 1 и 2 статьи 28.1 Закона о теплоснабжении.

Таким образом, нормы Закона о водоснабжении и водоотведении, Закона о теплоснабжении, касающиеся порядка передачи прав владения и (или) пользования объектами теплоснабжения, централизованными системами горячего водоснабжения, холодного водоснабжения и (или) водоотведения, отдельными объектами таких систем, находящимися в государственной или муниципальной собственности, должны применяться в совокупности с требованиями гражданского законодательства, антимонопольного законодательства Российской Федерации и принятых в соответствии с ними иными нормативно-правовыми актами Российской Федерации.

Частью 6 статьи 41.1 Закона о водоснабжении и водоотведении установлено, что договор аренды систем и (или) объектов, указанных в части 1 данной статьи, заключается по результатам проведения конкурса на право заключения этого договора в порядке, установленном антимонопольным законодательством Российской Федерации и принятыми в соответствии с ним иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, с учетом установленных Законом о водоснабжении и водоотведении особенностей и на условиях, предусмотренных конкурсной документацией, а также в заявке на участие в конкурсе, поданной участником торгов, с которым заключается договор.

Конкурсная документация формируется в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации и принятыми в соответствии с ним иными нормативными правовыми актами Российской Федерации (часть 8 статьи 41.1 Закона о водоснабжении и водоотведении).

Частью 5 статьи 17.1 Закона о защите конкуренции установлено, что порядок проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров, указанных в частях 1 и 3 данной статьи, и перечень видов имущества, в отношении которого заключение указанных договоров может осуществляться путем проведения торгов в форме конкурса, устанавливаются федеральным антимонопольным органом.

Приказом ФАС России от 10.02.2010 N 67 утверждены Правилами проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав в отношении государственного или муниципального имущества.

В случае, если срок, определяемый как разница между датой ввода в эксплуатацию хотя бы одного объекта из числа объектов централизованных систем горячего водоснабжения, холодного водоснабжения и (или) водоотведения или одной системы из числа таких систем, одного отдельного объекта таких систем, находящегося в государственной или муниципальной собственности, и датой опубликования извещения о проведении конкурса, превышает пять лет либо дата ввода в эксплуатацию хотя бы одного такого объекта или одной такой системы, одного отдельного объекта таких систем не может быть определена, передача прав владения и (или) пользования такими объектами или системами осуществляется только по концессионным соглашениям (за исключением предоставления в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации указанных прав на это имущество лицу, обладающему правами владения и (или) пользования сетью инженерно-технического обеспечения, в случаях, если это имущество является частью соответствующей сети инженерно-технического обеспечения и данные часть сети и сеть являются технологически связанными в соответствии с законодательством о градостроительной деятельности) (часть 3 статьи 41.1 Закона о водоснабжении и водоотведении).

Аналогичные нормы в отношении объектов теплоснабжения, находящихся в государственной или муниципальной собственности, содержатся в частях 3, 5 и 7 статьи 28.1 Закона о теплоснабжении.

Таким образом, если дата ввода в эксплуатацию систем и (или) объектов, указанных в части 1 статьи 41.1 Закона о водоснабжении и водоотведении, части 1 статьи 28.1 Закона о теплоснабжении составляет менее 5 лет, то права владения и (или) пользования такими системами и (или) объектами передаются по договорам аренды, заключенным только по результатам конкурсов на право заключения указанных договоров. Если дата ввода в эксплуатацию систем и (или) объектов, указанных в части 1 статьи 41.1 Закона о водоснабжении и водоотведении, части 1 статьи 28.1 Закона о теплоснабжении не может быть определена или превышает 5 лет, то права владения и (или) пользования такими системами и (или) объектами могут быть переданы по договорам аренды, заключенным без проведения конкурса на право заключения указанных договоров, лицу, обладающему правами владения и (или) пользования сетью инженерно-технического обеспечения, в случаях, если это имущество является частью соответствующей сети инженерно-технического обеспечения и данные часть сети и сеть являются технологически связанными в соответствии с законодательством о градостроительной деятельности.

Обращаем внимание, что в случае заключения без проведения торгов договора аренды объектов теплоснабжения, централизованных систем горячего водоснабжения, холодного водоснабжения и (или) водоотведения, отдельных объектов таких систем, находящихся в государственной или муниципальной собственности, с лицом, указанным в части 3 статьи 41.1 Закона о водоснабжении и водоотведении, части 3 статьи 28.1 Закона о теплоснабжении такой договор должен соответствовать требованиям, установленным статьей 41.2 Закона о водоснабжении и водоотведении, статьей 28.2 Закона о теплоснабжении.

**РАЗЪЯСНЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

**О внесении изменений в федеральный закон "О рекламе"**

Статьей 2 Федерального закона от 28 марта 2017 г. на N 44-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части формирования механизмов увеличения доходов субъектов детско-юношеского спорта и субъектов профессионального спорта" внесены изменения в статью 27 Федерального закона "О рекламе", устанавливающую требования к рекламе основанных на риске игр, пари.

Указанные изменения вступили в силу с 1 апреля 2017 г.

В статье 27 Федерального закона "О рекламе" вводятся новые части 2.1, 2.2, в которых предусматриваются исключения из общих запретов рекламы организаторов азартных игр для рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах.

Так, например, согласно новой части 2.1 статьи 27 Федерального закона "О рекламе" реклама основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах, помимо ранее предусмотренной возможности размещения в теле- и радиопрограммах в период с 22 до 7 часов местного времени, также допускается во время трансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований (в том числе спортивных матчей, игр, боев, гонок) при условии, что общая продолжительность такой рекламы составляет не более двадцати процентов общего допустимого времени трансляции рекламы во время трансляции спортивных соревнований, установленного в соответствии с частями 3 и 9 статьи 14, частями 2 и 8 статьи 15 данного Федерального закона.

Таким образом, размещение рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах, допускается к размещению в теле- и радиопрограммах в любое время в течение суток, при условии ее распространения исключительно во время трансляции спортивных соревнований, а также соблюдения условия о ее общей продолжительности (не более 20% от 9 минут в час, то есть, не более 108 секунд).

Также новая часть 2.2 статьи 27 Федерального закона "О рекламе" допускает возможность распространения рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах в периодических печатных изданиях, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера.

Таким образом, расширен перечень периодических печатных изданий, в которых допускается реклама основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах.

На рекламу организаторов других азартных игр такое исключение не распространяется. Реклама организаторов других азартных игр, в силу пункта 3 части 2 статьи 27 Федерального закона "О рекламе" допускается только в периодических печатных изданиях рекламного характера, а также в периодических печатных изданиях, предназначенных для работников организатора азартных игр и (или) участников таких игр, находящихся в границах игорных зон.

При этом, в силу части 6 статьи 8 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" информация о специализации издания содержится в свидетельстве о регистрации средства массовой информации, а также может быть получена путем соответствующего запроса в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Отдельным образом стоит обратить внимание на то, что новая часть 2.2 статьи 27 Федерального закона "О рекламе" допускает распространение рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах в сети "Интернет", однако только на сайтах трех видов:

- на сайтах, зарегистрированных в качестве сетевых изданий, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера;

- на официальных сайтах общероссийских спортивных федераций либо профессиональных спортивных лиг;

- на сайтах, владельцем которых является учредитель телеканала спортивной направленности, не являющегося телеканалом, доступ к которому осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств.

Согласно положениям статьи 2 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" сетевым изданием признается сайт в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", зарегистрированный в качестве средства массовой информации. При этом, при регистрации средства массовой информации, согласно части 6 статьи 8 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" указывается его специализация.

Таким образом, в случае, если сайт зарегистрирован в качестве средства массовой информации, специализирующегося на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера, на таком сайте допускается распространение рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах.

Согласно пункту 6 статьи 2 Федерального закона "О физической культуре и спорте в Российский Федерации", общероссийская спортивная федерация - общероссийская общественная организация, которая создана на основе членства, получила государственную аккредитацию и целями которой являются развитие одного или нескольких видов спорта на территории Российской Федерации, их пропаганда, организация, проведение спортивных мероприятий и подготовка спортсменов - членов спортивных сборных команд Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 10.2 статьи 2 Федерального закона "О физической культуре и спорте в Российский Федерации" профессиональная спортивная лига - юридическое лицо, которое создается в предусмотренных законодательством Российской Федерации организационно-правовых формах, основными целями деятельности которого являются организация и (или) проведение профессиональных спортивных соревнований в порядке и случаях, которые установлены данным законом.

Официальным сайтом общероссийской спортивной федерации либо профессиональной спортивной лиги, по мнению специалистов ФАС России, может признаваться сайт, зарегистрированный в качестве информационного ресурса указанных организаций, при этом информация о принадлежности данного сайта к общероссийской спортивной федерации либо к профессиональной спортивной лиге отображается на портале RU-CENTER (АО "Региональный Сетевой Информационный Центр") https://www.nic.ru/.

При этом, распространение рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования на иных сайтах, не указанных в части 2.2 статьи 27 Федерального закона "О рекламе", не допускается.

Кроме того, согласно новой части 2.2 статьи 27 Федерального закона "О рекламе" также допускается реклама средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах:

- в спортивных сооружениях:

- на спортивной форме спортсменов и (или) спортивных клубов.

Распространение иной информации в рекламе организаторов азартных игр в букмекерских конторах, размещаемой в букмекерских конторах, не допускается.

В соответствии с подпунктом «а» пункта 1 части 2.2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе» реклама основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и (или) средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах допускается в периодических печатных' изданиях, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера.

Также согласно подпункту «б» пункта 1 части 2.2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе» помимо случаев, предусмотренных частью 2 данной статьи, допускаются размещение, распространение рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и (или) средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети «Интернет») на сайтах, зарегистрированных в качестве сетевых изданий, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера

При этом, как следует из письма Роскомнадзора от 21.06.2017 № 04СВ-57651, поступившего в ответ на соответствующий запрос ФАС России, в соответствии со статьей 2 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» под специализированным средством массовой информации понимается такое средство массовой информации, для регистрации или распространения продукции которого установлены специальные правила.

Специальные правила регистрации или распространения средств массовой информации установлены Законом Российской Федерации «О средствах массовой информации» в отношении рекламных или эротических средств массовой информации.

Средства массовой информации, распространяющие материалы и сообщения физкультурно-спортивного характера, Законом Российской Федерации «О средствах массовой информации» не отнесены к специализированным изданиям.

Вместе с тем наряду со специализацией в заявлении о регистрации средства массовой информации указывается тематика средства массовой информации, которая в дальнейшем переносится в свидетельство о регистрации средства массовой информации.

То есть к периодическим печатным и сетевым изданиям, распространяющим материалы и сообщения физкультурно-спортивного характера относятся только такие издания, в свидетельстве о регистрации средства массовой информации которых единственной тематикой указано распространение материалов и сообщений физкультурно-спортивного характера.

**Об ограничениях при рекламе финансовой услуги, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов**

В новой редакции с июля 2017 года действует ч.8 ст.28 Закона о рекламе, предусматривающая ограничения при рекламе финансовой услуги, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, согласно которой не допускается до выдачи в установленном порядке разрешения на строительство многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, государственной регистрации права собственности или права аренды, субаренды на земельный участок, на котором осуществляется строительство (создание) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, в составе которых будут находиться объекты долевого строительства, получения заключения уполномоченного на осуществление государственного контроля (надзора) в области долевого строительства многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, на территории которого осуществляется строительство (создание) соответствующих многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, о соответствии застройщика и проектной декларации требованиям, установленным Федеральным законом от 30 декабря 2004 года N 214-ФЗ "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации", *если получение такого заключения предусмотрено указанным Федеральным законом.*

(в ред. Федеральных законов от 03.07.2016 N 304-ФЗ, от 29.07.2017 N 218-ФЗ).

Напомним, ранее ФАС России (письмо от 30 декабря 2016 г. N АК/92228/16) высказал позицию в разъяснениях отдельных положений Федерального закона от 03.07.2016 N 304-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" и отдельные законодательные акты Российской Федерации" (далее - Закон N 304-ФЗ), касающихся вступающих 01.01.2017 в силу изменений, внесенных статьей 4 Закона N 304-ФЗ в части 7, 8 статьи 28 Федерального закона "О рекламе", сообщив следующее.

1. Часть 7 статьи 28 Федерального закона "О рекламе" (в редакции Закона N 304-ФЗ) предусматривает, что реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

Новелла нормы заключается в том, что с 1 января 2017 г. в рекламе о долевом участии в строительстве рекламодатели обязаны, помимо сведений о месте размещения проектной декларации, указывать фирменное наименование (наименование) застройщика либо его коммерческое обозначение. При этом рекламодатели вправе по своему усмотрению выбрать, какие сведения о застройщике (наименование или коммерческое обозначение) будут указаны в рекламе, а также вправе указать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса).

Право на указание в рекламе коммерческих обозначений, наименования жилого комплекса возникает у рекламодателя только при выполнении следующих условий:

- в проектной декларации указано коммерческое обозначение, индивидуализирующее застройщика; коммерческое обозначение, индивидуализирующее объекты капитального строительства; наименование жилого комплекса (в случае строительства многоквартирных домов);

- проектная декларация своевременно опубликована застройщиком в порядке, предусмотренном Федеральным законом от 30.12.2004 N 214-ФЗ "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" (далее - Закон N 214-ФЗ).

Реклама о долевом участии в строительстве, распространенная без обязательных сведений о месте размещения проектной декларации и застройщике, с 1 января 2017 года будет нарушать требования части 7 статьи 28 Федерального закона "О рекламе".

2. В соответствии с частью 8 статьи 28 Федерального закона "О рекламе" реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, не допускается до выдачи в установленном порядке разрешения на строительство многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, государственной регистрации права собственности или права аренды, субаренды на земельный участок, на котором осуществляется строительство (создание) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, в составе которых будут находиться объекты долевого строительства, получения заключения уполномоченного на осуществление государственного контроля (надзора) в области долевого строительства многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, на территории которого осуществляется строительство (создание) соответствующих многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, о соответствии застройщика и проектной декларации требованиям, установленным Федеральным законом от 30 декабря 2004 года N 214-ФЗ "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации".

Положения данной нормы запрещают распространять рекламу о долевом участии в строительстве в случае:

- отсутствия соответствующего разрешения на строительство;

- отсутствия государственной регистрации права собственности или права аренды, субаренды на соответствующий земельный участок, на котором осуществляется строительство;

- отсутствия соответствующего заключения о соответствии застройщика и проектной декларации требованиям, установленным Законом N 214-ФЗ.

Обязанность застройщика получить заключение о соответствии застройщика и проектной декларации требованиям, установленным Законом N 214-ФЗ, является нововведением в законодательстве.

Так, статьей 3 Закона N 304-ФЗ вводятся в Закон N 214-ФЗ требования к застройщику, соответствие которым должно быть удостоверено заключением уполномоченного на осуществление государственного контроля (надзора) в области долевого строительства многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, на территории которого осуществляется строительство (создание) соответствующих многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости.

При этом в соответствии с частью 3 статьи 6 Закона N 304-ФЗ действие положений части 2.3 статьи 1, пунктов 2 - 8 части 2 и частей 2.2 - 2.6 статьи 3 Закона N 214-ФЗ (в редакции Закона N 304-ФЗ) распространяется на отношения, связанные с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, если государственная регистрация первого договора участия в долевом строительстве многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости осуществляется после 1 января 2017 года.

Кроме того, согласно частям 2, 2.1 статьи 19 Закона N 214-ФЗ (в редакции Закона N 304-ФЗ, вступающей в силу с 01.01.2017) заключение уполномоченного органа о соответствии застройщика и проектной декларации требованиям Закона N 214-ФЗ выдается до заключения застройщиком договора с первым участником долевого строительства многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости.

Соответственно, указанная норма о выдаче заключения уполномоченным органом не распространяется на отношения, связанные с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, если застройщик в установленном порядке заключил договор с первым участником долевого строительства многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости до 1 января 2017 года.

Исходя из положений части 8 статьи 28 Федерального закона "О рекламе" в их системной связи с положениями Закона N 304-ФЗ и Закона N 214-ФЗ (в редакции Закона N 304-ФЗ), реклама о долевом участии в строительстве допускается при отсутствии заключения о соответствии застройщика и проектной декларации требованиям, установленным Законом N 214-ФЗ, в случае если государственная регистрация первого договора участия в долевом строительстве многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости осуществлена до 1 января 2017 года.

**О применении ст. 14.3 КоАП РФ**

ФАС России высказал позицию о применении части 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в части применения указанной нормы к рекламе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации (письмо от 21.06.2017 N АД/41673/17 ), указав следующее.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального 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 соответствии с частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ) нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе в части требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от 2000 до 2500 рублей; на должностных лиц - от 10 000 до 20 000 рублей; на юридических лиц - от 200 000 до 500 000 рублей.

Данная норма устанавливает повышенный размер административной ответственности за нарушения законодательства о рекламе в части требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий, медицинских услуг и биологически активных добавок. При этом, правовая конструкция данной нормы указывает, что реклама методов лечения входит в состав рекламы медицинских услуг.

Требования к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации установлены в статье 24 Федерального закона "О рекламе".

Согласно части 3 статьи 24 Федерального закона "О рекламе" требования пунктов 2 - 5 части 1 настоящей статьи распространяются также на рекламу медицинских услуг, в том числе на рекламу методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации. В соответствии с частью 7 данной статьи реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Таким образом, статья 24 Федерального закона "О рекламе" также предусматривает, что реклама методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации является частью рекламы медицинских услуг.

Учитывая изложенное, положения части 5 статьи 14.3 КоАП РФ применяются в случае выявления нарушения законодательства о рекламе в рекламе медицинских услуг, в состав которой входит не только реклама методов лечения, но также и реклама методов профилактики, диагностики и медицинской реабилитации.

Стоит отметить, что Федеральный закон "О рекламе" не содержит понятия методов профилактики, диагностики, лечения или медицинской реабилитации.

Вопрос об отнесении тех или иных способов воздействия на организм человека к методам профилактики, диагностики, лечения или медицинской реабилитации входит в компетенцию Минздрава России.

**О размещении информации о некоммерческих организациях**

ФАС России в связи с поступающими обращениями относительно признания рекламой информации о некоммерческих организациях, в том числе социально ориентированных некоммерческих организациях (СОНКО), сообщает.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламой понимается информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом объект рекламирования — это 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.

Вместе с тем, не любая информация, содержащая указание на наименование товара или название юридического лица, подпадает под понятие рекламы и является рекламой.

В части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» приводятся исключения из сферы применения данного Закона, то есть перечислены виды информации, которая имеет признаки, сходные с признаками рекламы, однако которая не является рекламой и на которую требования данного Закона не распространяются.

Так, в частности, не является рекламой информация, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом; справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего

рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой; сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой; объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности; упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера.

Таким образом, в случае распространения справочно-информационных, аналитических, новостных материалов, такие сведения не являются рекламой, в том числе в случае упоминания в них наименований юридических лиц, включая наименования некоммерческих организаций, социально ориентированных некоммерческих организаций, если такое упоминание не осуществляется с основной целью продвижения данного лица или его товаров (услуг) на рынке. Например, упоминание о социально ориентированных некоммерческих организациях в случаях, если содержание распространяемых материалов непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций и направлено на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей.

Также, представляется, что в случае если в передаче, носящей информационную, аналитическую направленность, посвященной исследованию какого-либо вопроса, проблемы, представители различных организаций, в том числе некоммерческих, социально ориентированных некоммерческих организаций, дают комментарии по теме передачи, не ставя перед собой задачу отвлечь внимание зрителей и слушателей передачи от тематики данной передачи и переключить внимание зрителей и слушателей на свою организацию, сформировав, таким образом, к данной организации интерес в целях продвижения её на рынке, такие комментарии не могут расцениваться в качестве рекламы, в том числе если указывается наименование организации, представитель которой даёт комментарий.

**Об использовании непристойных и оскорбительных образов в рекламе**

В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

По мнению специалистов ФАС России, к бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

При этом оценка каких-либо слов или образов в рекламе на предмет их отнесения к непристойным или оскорбительным осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из содержания рекламы и всех обстоятельств её размещения.

**РАЗЪЯСНЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬТСТВА В СФЕРЕ ЗАКУПОК ТОАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ ОТДЕЛЬНЫМИ ВИДАМИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ**

**Федеральный закон от 07.06.2017 N 108-ФЗ "О внесении изменений в статьи 1 и 8 Федерального закона "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" и статьи 15 и 112 Федерального закона "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд"**

Государственные и муниципальные унитарные предприятия, являющиеся аптечными организациями, сохранили право осуществлять закупки в соответствии с положениями Федерального закона "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" №223-ФЗ.

Так, федеральным законом от 03.07.2016 N 321-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд и нужд отдельных видов юридических лиц" были внесены изменения, согласно которым государственные и муниципальные унитарные предприятия выводятся из-под действия Федерального закона от 18.07.2011 N 223-ФЗ "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" и обязаны при осуществлении закупочной деятельности руководствоваться требованиями Федерального закона от 05.04.2013 N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд".

Однако в силу специфики положения государственных и муниципальных аптечных организаций, законом №108-ФЗ устанавливается, что осуществлять расходование небюджетных средств, полученных такими организациями от осуществления своей деятельности, и впредь будет осуществляться в соответствии с положениями Федерального закона от 18.07.2011 N 223-ФЗ "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц".

**По вопросу о принятии к рассмотрению жалоб**

Согласно определениям Верховного Суда Российской Федерации (далее -ВС РФ) от 11.04.2017, от 27.06.2017 по делу № 304-КГ16-17592 часть 10 статьи 3 Закона о закупках носит императивный характер и приведенный в ней перечень оснований для обжалования действий (бездействий) заказчика в антимонопольный орган является исчерпывающим, в связи с чем, положения статьи 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции) должны применяться с учётом части 10 статьи 3 Закона о закупках.

К основаниям для подачи жалобы в антимонопольный орган, указанным в части 10 статьи 3 Закона о закупках, относятся:

- неразмещение в ЕИС информации о закупке;

- предъявление к участникам закупки требования о представлении документов, не предусмотренных документацией о закупке;

- осуществление заказчиками закупки в отсутствие положения о
закупке и без применения положений Федерального закона от 05.04.2013
№ 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;

- неразмещение или размещение в ЕИС недостоверной информации о годовом объеме закупки у субъектов малого и среднего предпринимательства.

Вместе с тем, ФАС России обращает внимание, что согласно частям 1 и 5 статьи 17 Закона о защите конкуренции жалобы участников закупок на действия субъектов контроля, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции при проведении процедуры торгов в соответствии с Законом о закупках, подлежат рассмотрению в порядке статьи 18.1 Закона о защите конкуренции.

На основании вышеизложенного, жалоба на действия (бездействие) субъектов контроля при проведении закупок в соответствии с Законом о закупках, содержащая основания, предусмотренные частью 10 статьи 3 Закона о закупках, либо ссылки на части 1, 5 статьи 17 Закона о защите конкуренции, подлежит рассмотрению в порядке, установленном статьей 18.1 Закона о защите конкуренции. При этом, ФАС России обращает внимание, что в соответствии с частью 17 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции в случае, если в ходе рассмотрения комиссией антимонопольного органа обжалуемых актов и (или) действий (бездействий) субъектов контроля в порядке статьи 18.1 Закона о защите конкуренции установлены иные нарушения, комиссия антимонопольного органа принимает решение с учетом всех выявленных нарушений.

Кроме того, учитывая позицию ВС РФ, по мнению ФАС России, жалобы, на действия (бездействие) субъектов контроля при проведении закупок в соответствии с Законом о закупках, не содержащие основания, предусмотренные частью 10 статьи 3 Закона о закупках, либо ссылки на части 1, 5 статьи 17 Закона о защите конкуренции, не подлежат рассмотрению в порядке, установленном статьей 18.1 Закона о защите конкуренции.

Вместе с тем, ФАС России обращает внимание, что в случае указания в таком обращении на наличие признаков нарушения антимонопольного законодательства Российской Федерации, такое обращение подлежит рассмотрению в порядке и сроки, установленные Законом о защите конкуренции. Кроме того, в случае указания в обращении на наличие события административного правонарушения, предусмотренного Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, необходимо передавать материалы соответствующему должностному лицу для рассмотрения вопроса о возбуждении производства по делам об административных правонарушениях.

**По вопросу о принятии к рассмотрению жалоб от физических лиц**

В соответствии с положениями статьи 6 Закона о закупках, частей 1, 2 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган рассматривает жалобы на действия (бездействие) субъектов контроля при организации и проведении закупок в соответствии с Законом о закупках.

Таким образом, с учетом положений части 5 статьи 3 Закона о закупках, юридические и физические лица, соответствующие требованиям, установленным заказчиком в соответствии с положением о закупке, наделены правом обжалования в соответствии с вышеуказанными положениями Закона о защите конкуренции, Закона о закупках

Между тем, как следует из положений частей 1, 2 статьи 2, пункта 9 части 10 статьи 4 Закона о закупках при организации и проведении закупок заказчик устанавливает единые требования к участникам закупки, в том числе, его соответствия требованиям, установленным в соответствии с законодательством Российской Федерации к лицам, осуществляющим поставку товара, выполнение работы, оказание услуг, являющихся объектом соответствующей закупки.

Следовательно, в случаях, предусмотренных законом, участник закупки может заниматься отдельными видами деятельности только на основании специального разрешения (лицензии) или при наличии членства в саморегулируемой организации (далее - Специальная правоспособность).

Так, например, статьей 48, частями 2-3.1 статьи 52, частью 1 статьи 55.8 Градостроительного кодекса Российской Федерации установлено, что работы по подготовке проектной документации, строительству, реконструкции, капитальному ремонту объектов капитального строительства должны выполняться только лицами, которые являются членами саморегулируемых организаций (далее — СРО), за исключением случаев, указанных в Градостроительном кодексе Российской Федерации. При этом, согласно указанным положениям Градостроительного кодекса Российской Федерации лицами, которые имеют право выполнять вышеуказанные виды работ могут являться индивидуальный предприниматель или юридическое лицо.

Таким образом, в соответствии со статьей 48, частями 2-3.1 статьи 52, частью 1 статьи 55.8 Градостроительного кодекса Российской Федерации заказчик при осуществлении закупок на выполнение работ, требующих членства в СРО, устанавливает в документации о закупке соответствующее требование к участникам закупок о представлении документа, подтверждающего членство в СРО.

Следовательно, участник закупки для выполнения работ, требующих наличия членства в СРО, должен обладать Специальной правоспособностью.

Учитывая изложенное, физические лица, в силу отраслевого законодательства не обладающие указанной правоспособностью, не могут являться участниками закупок, например, на выполнение работ, требующих наличия членства в СРО.

На основании изложенного, при рассмотрении вопроса о принятии жалобы к рассмотрению, в случае поступления жалобы от физического лица на действия (бездействие) субъектов контроля при проведении закупок в соответствии с Законом о закупках, в случае отсутствия Специальной правоспособности на поставку товара, выполнение работы, оказание услуги, являющихся объектом закупки, и необходимом для выполнения обязательств по заключаемому договору, ФАС России и ее территориальным органам необходимо принимать решение о возврате такой жалобы на основании части 2 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции.

В случае, если при рассмотрении вопроса о принятии указанной жалобы к рассмотрению невозможно установить законность установленного субъектом контроля требования к участникам закупки о наличии Специальной правоспособности на поставку товара, выполнение работы, оказание услуги, являющихся объектом закупки, и необходимом для выполнения обязательств по заключаемому договору, такая жалоба подлежит рассмотрению в порядке, установленном статьей 18.1 Закона о защите конкуренции. Однако, если при рассмотрении такой жалобы комиссия по контролю в сфере закупок приходит к выводу о законности установления указанного требования и в силу отраслевого законодательства Российской Федерации физическое лицо не может обладать такой Специальной правоспособностью, жалоба указанного лица подлежит оставлению без рассмотрения.

Указанная позиция также подтверждается Определением Верховного Суда Российской Федерации от 13.06.2017 № 305-КГ17-6258, Определением Верховного Суда Российской Федерации от 16.06.2017 № 305-КГ17-6921.

Кроме того, ФАС России обращает внимание, что в случае возврата, либо оставления без рассмотрения жалобы физического лица, жалоба подлежит рассмотрению в порядке и сроки, установленные Федеральным законом от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации». При этом по результатам такого рассмотрения в действиях заказчиков, организаторов закупок могут быть выявлены признаки нарушения положений Закона о защите конкуренции, при наличии которых необходимо рассмотреть вопрос о возбуждении производства по делу о нарушении антимонопольного законодательства в порядке и сроки, установленные Законом о защите конкуренции. Кроме того, в случае выявления признаков составов административных правонарушений, предусмотренных Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, необходимо передавать материалы соответствующему должностному лицу для рассмотрения вопроса о возбуждении производства по делам об административных правонарушениях.

Дополнительно, необходимо отметить, что в силу отраслевого законодательства юридические лица, индивидуальные предприниматели могут обладать Специальной правоспособностью. В связи с изложенным, жалобы юридических лиц и индивидуальных предпринимателей не могут быть возвращены по основаниям, изложенным в настоящем разъяснении и подлежат рассмотрению в порядке, установленном статьей 18.1 Закона о защите конкуренции.