**Обобщенные вопросы** с Публичного обсуждения Кемеровского УФАС России 22 августа 2018 года (для размещения на сайте и направления данного обобщенного материала в адрес участников, изъявивших желание получить ответ на электронную почту):

1. **Нужно ли устанавливать обеспечение заявки каждому заказчику в закупке с начальной максимальной ценой менее 1 миллиона рублей, а начальной максимальной ценой контракта совместного аукциона более 1 миллиона рублей?**

К сожалению, по данному вопросу правоприменительная практика у Кемеровского УФАС России отсутствует. Вместе с тем, в настоящее время информация по заданному Вами вопросу уточняется в ФАС России. В случае получения соответствующих разъяснений ФАС России данная информация будет размещена на официальном сайте Кемеровского УФАС России.

1. **Является ли нарушением оплата товаров по счетам (в плане-графике п.4 ч.1 ст.93 Федерального закона № 44-ФЗ)?**

По смыслу статей 3, 34, 83.2 и иных норм ФЗ № 44-ФЗ проведение любой закупки на основании данного закона заканчивается заключением контракта.

Таким образом, оплата товаров по счетам без заключения договора (контракта), в том числе и для закупки до 100 тыс. рублей (п. 4 ч. 1 ст. 93 ФЗ № 44-ФЗ) является нарушением ФЗ № 44-ФЗ.

1. **Является ли законным отклонение участника электронного аукциона за отсутствие паспортных данных?**

Кемеровское УФАС по данному вопросу придерживается следующей позиции:

В силу требований частей [3](https://www.glavbukh.ru/npd/edoc/99_499011838_XA00M8O2NE#XA00M8O2NE),[5](https://www.glavbukh.ru/npd/edoc/99_499011838_XA00M8I2N2#XA00M8I2N2) статьи 66 Закона о контрактной системе при проведении электронного аукциона не установлено, что в составе информации и документов в рамках первой и второй части заявки на участие в электронном аукционе участники закупки обязаны представлять паспортные данные лица, имеющего право без доверенности действовать от имени юридического лица.

Исходя из вышеизложенного, отклонение участника закупки от участия в электронном аукционе за отсутствие паспортных данных является незаконным.

1. **Можно ли провести СЭА на выполнение работ по ремонту кровли здания, принадлежащего двум заказчикам?**

Законодательство о контрактной системе предусматривает возможность проведения совместных закупок, а именно совместных конкурсов и аукционов. Данные закупки могут проводиться в том случае, если два и более заказчика закупают одни и те же товары, работы, услуги. Следовательно, проведение совместного электронного аукциона на выполнение работ по ремонту кровли здания, принадлежащее двум заказчикам не будет противоречить требованиям ФЗ № 44-ФЗ.

1. **Необходимо ли в протоколе рассмотрения заявок электронного аукциона отражать информацию о предложениях российского тара и/или предложениях о поставке импортного товара (при установлении запретов, ограничений, условий допуска в рамках ст.14 Федерального закона № 44-ФЗ)?**

В соответствии с пунктом 4 части 6 статьи 67 ФЗ №44-ФЗ по результатам рассмотрения первых частей заявок на участие в электронном аукционе аукционная комиссия оформляет протокол рассмотрения заявок на участие в таком аукционе, подписываемый всеми присутствующими на заседании аукционной комиссии ее членами не позднее даты окончания срока рассмотрения данных заявок. Указанный протокол должен содержать информацию о наличии среди предложений участников закупки, признанных участниками электронного аукциона, предложений о поставке товаров, происходящих из иностранного государства или группы иностранных государств, работ, услуг, соответственно выполняемых, оказываемых иностранными лицами, в случае, если условия, запреты, ограничения допуска товаров, работ, услуг установлены заказчиком в документации об электронном аукционе в соответствии со [статьей 14](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304170/2c1e3551b4209a9fa5744534f7525ac7430624eb/#dst100116) настоящего Федерального закона.

Иных требований пункт 4 части 6 статьи 67 ФЗ № 44-ФЗ не устанавливает.

1. **Можно ли в документации устанавливать срок давности членства в СРО? Есть ли конкретные прецеденты наказания главных бухгалтеров за просрочку оплаты контрактов по Федеральному закону № 44-ФЗ?**

В силу [части 4 статьи 55.17](consultantplus://offline/ref=AF8300932DE3B66796F8A4E8CC951FFABBE39AC0781579A1C0577BFF242A6660FE9F5D60A5E1BBDFdBI7I) Градостроительного кодекса Российской Федерации саморегулируемая организация обязана предоставить по запросу заинтересованного лица выписку из реестра членов саморегулируемой организации в срок не более чем три рабочих дня со дня поступления указанного запроса. Срок действия выписки из реестра членов саморегулируемой организации составляет один месяц с даты ее выдачи.

Таким образом, установление заказчиком в документации срока действия выписки из реестра членов СРО не противоречит требованиям ФЗ № 44-ФЗ.

Кемеровское УФАС России рассматривает дела об административных правонарушениях, возбужденные в отношении главных бухгалтеров по факту просрочки оплаты по контракту за поставленный товар, выполненные работы, оказанные услуги, ответственность за данное нарушение предусмотрена частью 1 статьи 7.32.5 КоАП РФ, случаи привлечения главных бухгалтеров к административной ответственности за нарушение части 1 статьи 7.32.5 КоАП РФ в практике Кемеровского УФАС России имеются.

1. **Если идет просрочка оплаты по контракту (Федеральный закон № 44-ФЗ), можно ли обращаться в УФАС?**

В случае наличия со стороны заказчика просрочки оплаты по контракту за поставленный товар, выполненные работы, оказанные услуги поставщик (подрядчик, исполнитель) имеет право обратиться в Кемеровское УФАС России.

1. **Кто должен проводить торги на право установки рекламных конструкций, если муниципальное имущество передано третьему лицу на праве хозяйственного ведения или оперативного управления, орган местного самоуправления или организация, которой передано имущество?**

В соответствии с пунктом 5.1 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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 (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с [законодательством](consultantplus://offline/ref=F2AE1A48CB4373E343A4823CC80458F19F46F8D64905FB27D1D868037D0F1F36FC1B2E9CFC3E02DFT2YDE) Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, после утверждения в соответствии с [частью 5.8](consultantplus://offline/ref=3113B968D17AD7D7CFAD883E7A91F61F6D23B8C53E5F6D5A7B8038A94BC777D0510E6CD23C8F8EB9e4b8E) настоящей статьи схем размещения рекламных конструкций проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

Пунктом 6 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что в случае, если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, закреплено собственником за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, обладающим правом хозяйственного ведения, правом оперативного управления или иным вещным правом на такое недвижимое имущество, при наличии согласия такого собственника и с соблюдением требований, установленных [частью 5.1](consultantplus://offline/ref=B85B489597C705290DFE32F737CDCE4938F5E0C929DE24A23BC905386A74C8748CD9AC43AB2932AFWAcAE) настоящей статьи.

Таким образом, в случае, если недвижимое имущество, к которому присоединяется рекламная конструкция, закреплено собственником за другим лицом на праве хозяйственного ведения, праве оперативного управления или ином вещном праве, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с [законодательством](consultantplus://offline/ref=F2AE1A48CB4373E343A4823CC80458F19F46F8D64905FB27D1D868037D0F1F36FC1B2E9CFC3E02DFT2YDE) Российской Федерации.

1. **Если недвижимое имущество, к которому предполагается присоединить рекламную конструкцию, является федеральной собственностью, то в схему размещения рекламной конструкции такое имущество/место установки рекламной конструкции не должно включаться?**

В соответствии с частью 1 статьи 214 Гражданского кодекса РФ государственной собственностью в Российской Федерации является имущество, принадлежащее на праве собственности Российской Федерации (федеральная собственность), и имущество, принадлежащее на праве собственности субъектам Российской Федерации - республикам, краям, областям, городам федерального значения, автономной области, автономным округам (собственность субъекта Российской Федерации).

Согласно пункту 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 (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с [законодательством](consultantplus://offline/ref=80D678F7D82B9AC311FEA2AC4A4313EE01581E038380203DDC6D63246F2805A218131DFF3EFA507FS3z1E) Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, после утверждения в соответствии с [частью 5.8](consultantplus://offline/ref=80D678F7D82B9AC311FEA2AC4A4313EE01581E038182203DDC6D63246F2805A218131DFF3EF8547FS3z4E) настоящей статьи схем размещения рекламных конструкций проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

Пунктом 5.8 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что органы местного самоуправления муниципальных районов 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.

Из изложенного следует, что в схему размещения рекламных конструкций могут быть включены земельные участки независимо от формы собственности, а также здания или иное недвижимое имущество, находящееся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности.

1. **Нужен ли договор на размещение рекламной конструкции (о деятельности** **ООО) на здании, если собственник здания – ИП, он же учредитель ООО?**

Согласно [части 1 статьи 19](consultantplus://offline/ref=76730F54F7653C392B9260BC7A7A1BC3B731D1E9CA5D242BE17847F799D5B05DB225DF1E5B3E6C857Da9G) Федерального закона «О рекламе» распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Таким образом, [статья 19](consultantplus://offline/ref=76730F54F7653C392B9260BC7A7A1BC3B731D1E9CA5D242BE17847F799D5B05DB225DF1E5B3E68827Da0G) Федерального закона «О рекламе» определяет порядок размещения не любых носителей рекламы, а исключительно рекламных конструкций, располагаемых на внешних стенах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

[Частью 17 статьи 19](consultantplus://offline/ref=D4014B6B4CED17ADB0AFF5CEFC3E88AF46AE3C96AC08F8C4271469FB087700DF24FC000C44406957M9X7G) Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» закреплен порядок выдачи органом местного самоуправления разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, **если владелец рекламной конструкции является собственником недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция**.

Порядок размещения рекламы на объектах недвижимости, принадлежащих предприятию, на иных носителях Федеральным законом «О рекламе» не регламентирован. Вместе с тем, размещаемая реклама должна соответствовать требованиям данного закона.

Обращаем Ваше внимание, что Территориальный орган Федеральной антимонопольной службы в соответствии с Положением о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденным Приказом ФАС РФ от 23.07.2015 № 649/15, не наделен полномочиями по даче разъяснений законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 6.3 Положения о Федеральной антимонопольной службе, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 № 331 Федеральная антимонопольная служба с целью реализации полномочий в установленной сфере деятельности имеет право давать юридическим и физическим лицам разъяснения по вопросам, отнесенным к компетенции Службы.

Для получения официальных разъяснений Вы праве обратиться в ФАС России (адрес: Садовая-Кудринская ул., 11, г. Москва, 123242, телефон: 8 (499) 795-76-53, e-mail: delo@ fas.gov.ru) с письменным обращением, в котором в обязательном порядке указываются:

1) наименование государственного органа, в который направляется письменное обращение;

2) фамилия, имя, отчество (последнее – при наличии) заявителя;

3) почтовый адрес, по которому должен быть направлен ответ;

4) личная подпись и дата.

В обращении излагаете суть предложения, заявления или жалобы. Ответ будет дан на бланке ФАС России.

Обращаем также Ваше внимание, что на официальном сайте ФАС России Вы можете ознакомиться с ответами на часто задаваемые вопросы в разделе: «Вопросы и ответы»: <http://fas.gov.ru/citizens/list-of-questions-and-answers/>

1. **Какими нормами законодательства регулируется реклама в интернете?**

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](consultantplus://offline/ref=27B09DF52F673438AD33B433E40A2877DAE3DF787D14944C971F3E9449463E5D375699E22ECF4DCD70s1C) 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.

Согласно [пункту 2 статьи 3](consultantplus://offline/ref=27B09DF52F673438AD33B433E40A2877DAE3DF787D14944C971F3E9449463E5D375699E22ECF49C670s0C) Федерального закона «О рекламе» 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 согласно [пункту 3 части 2 статьи 2](consultantplus://offline/ref=27B09DF52F673438AD33B433E40A2877DAE3DF787D14944C971F3E9449463E5D375699E22ECF4DCE70s0C) Федерального закона «О рекламе» данный Федеральный закон не распространяется на 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.

Не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на сайте производителя или продавца данных товаров или на страницах в социальных сетях производителя или продавца данных товаров, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или страницы в социальной сети о реализуемых товарах, ассортименте, правилах пользования, также не является рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией и т.п. В том числе не является рекламой информация о скидках или проводимых акциях, размещенная на сайтах, на которых аккумулируются и предлагаются различные купоны или билеты, позволяющие приобрести товар со скидкой. Следовательно, на такую информацию положения Федерального [закона](consultantplus://offline/ref=27B09DF52F673438AD33B433E40A2877DAE3DF787D14944C971F3E944974s6C) «О рекламе» не распространяются.

Однако в отдельных случаях, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителя об ассортименте товаров или деятельности компании, сколько на привлечение внимания к конкретному товару и его выделение среди однородных товаров (например, всплывающий баннер), такая информация может быть признана рекламой.

Кроме того, выдача поисковой системой перечня гиперссылок на различные источники информации (сайты, форумы и пр.) не является рекламой, поскольку выдача такого перечня является результатом обработки поискового запроса пользователя.

При размещении подобных информационных сведений (результатов поискового запроса) такая задача, стоящая перед рекламой, как формирование и поддержание интереса к конкретному юридическому лицу и его товару, услуге, не выполняется, поскольку однородная информация, размещенная среди таких же, однородных, сведений о различных товарах, не позволяет выделить какой-либо отдельный товар и сформировать к нему интерес.

Следовательно, предоставляемая поисковой системой по запросу пользователя информация (за исключением, информации, размещенной на странице с результатами поиска, посредством использования системы контекстной рекламы) не подпадает под понятие рекламы, так как целью распространения данной информации является непосредственный ответ системы на запрос о ее предоставлении, и на такую информацию не распространяются требования Федерального [закона](consultantplus://offline/ref=27B09DF52F673438AD33B433E40A2877DAE3DF787D14944C971F3E944974s6C) «О рекламе».

Вместе с тем, информация, размещенная на сайте для привлечения внимания к тому или иному товару, в виде всплывающего рекламного баннера, будет направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и должна соответствовать требованиям Федерального закона «О рекламе».

1. **Какими нормативными актами на сегодняшний день определяются формы и порядок проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Кемеровской области в целом и в городе Кемерово - в частности?**

**В том случае, если такие нормативно-правовые акты отсутствуют, сообщите:**

**- на основании каких документов должны проводиться торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;**

**- в соответствии с какими нормативно правовыми актами на данный момент размещаются рекламные конструкции в городе Кемерово?**

Согласно части 5 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, управомоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются. Субъекты Российской Федерации устанавливают предельные сроки, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы, но не менее чем на пять лет и не более чем на десять лет. Конкретные сроки договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, устанавливаются соответственно органом исполнительной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа в зависимости от типа и вида рекламной конструкции, применяемых технологий демонстрации рекламы в границах соответствующих предельных сроков.

Частью 5.1 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что 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 (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с [законодательством](consultantplus://offline/ref=42CECF48E6D58CF09BBBF0003B9EC56F9B550A909E52FED82A64ACB8A8EDFB5EE16BF27A5E2D270157y7G) Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, после утверждения в соответствии с [частью 5.8](consultantplus://offline/ref=42CECF48E6D58CF09BBBF0003B9EC56F9B550F929C51FED82A64ACB8A8EDFB5EE16BF27A5E2F230157y2G) настоящей статьи схем размещения рекламных конструкций проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

Из изложенного следует, что право определения формы и порядка проведения торгов (аукцион или конкурс) относится к исключительной компетенции органов государственной власти или представительными органами муниципальных образований.

При этом необходимо отметить, что положениями статьи 19 Закона о рекламе предельный срок, в течение которого органы государственной власти или представительные органы муниципальных образований должны реализовать предоставленные действующим законодательством РФ полномочия по установлению формы проведения торгов (аукцион или конкурс) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, не установлен.

В связи с тем, что действующее законодательство РФ, в том числе Закон о рекламе не обязывает органы государственной власти, органы местного самоуправления отчитываться перед территориальным антимонопольным органом о принятых правовых актах, Кемеровское УФАС России не располагает сведениями о действующих в настоящее время на территории Кемеровской области, муниципальных образованиях Кемеровской области правовых актах, устанавливающих форму и порядок проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Также считаем необходимым отметить, что согласно пункту 15-6 Закона Кемеровской области от 04.07.2002 № 49-ОЗ «О разграничении полномочий между органами государственной власти Кемеровской области в сфере земельных отношений» к полномочиям Коллегии Администрации Кемеровской области относится утверждение положения о проведении исполнительным органом государственной власти Кемеровской области отраслевой компетенции, осуществляющим отдельные полномочия в сфере земельных отношений, или уполномоченной им организацией торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Установлено, что в настоящее время администрацией г. Кемерово ведется совместная работа с комитетом по управлению государственным имуществом Кемеровской области по доработке проекта постановления Коллегии Администрации Кемеровской области «Об установлении формы проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и утверждении Положения о проведении исполнительным органом государственной власти Кемеровской области отраслевой компетенции, осуществляющим отдельные полномочия в сфере земельных отношений, или уполномоченной им организацией торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции».

После принятия данного нормативного правового акта планируется проведение торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена в г. Кемерово.

Учитывая, отсутствие в настоящее время на территории муниципального образования нормативного правового акта, устанавливающего форму и порядок проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена в г. Кемерово, рекламные конструкции на территории г. Кемерово не размещаются.