

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА  
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ВОСЬМОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ



Государственная Дума ФС РФ  
Дата 27.02.2024 17:31  
№563448-8; 1.1

27 февраля 2024 г.

№ \_\_\_\_\_

Председателю  
Государственной Думы  
Федерального Собрания  
Российской Федерации

**В.В.ВОЛОДИНУ**

**Уважаемый Вячеслав Викторович!**

В соответствии со статьей 104 Конституции Российской Федерации вношу на рассмотрение Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации в качестве законодательной инициативы проект федерального закона "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования антимонопольного регулирования".

- Приложения:
1. Текст проекта федерального закона на 7 л. в 1 экз.
  2. Пояснительная записка к проекту федерального закона на 7 л. в 1 экз.
  3. Финансово-экономическое обоснование к проекту федерального закона на 1 л. в 1 экз.
  4. Перечень актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием федерального закона "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования антимонопольного регулирования" на 1 л. в 1 экз.
  5. Копии текста проекта федерального закона и материалов к нему на компакт-диске CD в 1 экз.

В.К.Гартунг

Ф.С.Тумусов

Вносится депутатами  
Государственной Думы  
В.К.Гартунгом  
Ф.С.Тумусовым  
И.А.Филатовой

Проект

№563448-8

## **ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН**

### **О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования антимонопольного регулирования**

#### **Статья 1**

Абзац двадцать восьмой статьи 4 Закона РСФСР от 22 марта 1991 года № 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" (Ведомости Съезда народных депутатов РСФСР и Верховного Совета РСФСР, 1991, № 16, ст. 499; Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, № 22, ст. 1977; 2002, № 41, ст. 3969; 2006, № 31, ст. 3434) после слов "его единоличного исполнительного органа" дополнить словами ", или лица, которым учредительным документом юридического лица предоставлены полномочия выступать от имени юридического лица, действуя совместно или независимо друг от друга".

## Статья 2

Внести в статью 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232) следующие изменения:

1) дополнить частью 1<sup>1</sup> следующего содержания:

"1<sup>1</sup>. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, устанавливает требования к программам для электронных вычислительных машин, применяемым рекламодателем для распространения рекламы с использованием электронного табло. Выбор и применение для распространения рекламы с использованием электронного табло конкретной программы для электронных вычислительных машин осуществляется рекламодателем самостоятельно, в том числе на основании договора рекламодателя с владельцем такой программы для электронных вычислительных машин.";

2) часть 5<sup>7</sup> изложить в следующей редакции:

"5<sup>7</sup>. В случае, если к участию в аукционе или конкурсе допущен один участник, аукцион или конкурс признается несостоявшимся. При соблюдении требований, установленных частями 5<sup>9</sup> и 5<sup>10</sup> настоящей статьи, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, которое являлось единственным участником аукциона или конкурса.";

3) дополнить частями 5<sup>9</sup> и 5<sup>10</sup> следующего содержания:

"5<sup>9</sup>. Участником торгов (в форме аукциона или конкурса) не вправе быть лицо, занимающее преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы на момент подачи заявки на участие в торгах. Если по результатам проведения аукциона или конкурса лицо приобретает преимущественное положение, данные результаты являются недействительными. Преимущественным положением лица в сфере распространения наружной рекламы на территории муниципального района, муниципального округа или городского округа, территориях городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя признается положение лица, при котором его доля в этой сфере на указанных территориях превышает тридцать пять процентов (за исключением случаев, если на территории муниципального района, муниципального округа или городского округа установлено не более чем десять рекламных конструкций). Доля лица в сфере распространения наружной рекламы определяется как отношение общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы лицу и его аффилированным лицам на соответствующей территории, к общей площади информационных полей всех рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы на этой территории. Для целей настоящей статьи под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы. Для целей применения настоящего Федерального закона понятие "аффилированное лицо" используется в значении, определенном статьей 4 Закона РСФСР от 22

марта 1991 года № 948-I "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках". При определении общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы одному лицу, учитываются площади информационных полей временных рекламных конструкций.

5<sup>10</sup>. Для участия в торгах (аукционе или конкурсе) лицо обязано предоставить соответственно в орган государственной власти, орган местного самоуправления муниципального района, орган местного самоуправления муниципального округа или орган местного самоуправления городского округа информацию об общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы этому лицу и его аффилированным лицам на соответствующей территории.";

4) в части 9<sup>2</sup> слова "частей 5<sup>1</sup>, 5<sup>6</sup>, 5<sup>7</sup>" заменить словами "частей 5<sup>1</sup>, 5<sup>6</sup>, 5<sup>7</sup>, 5<sup>9</sup>, 5<sup>10</sup> и 9<sup>4</sup>";

5) дополнить частью 9<sup>4</sup> следующего содержания:

"9<sup>4</sup>. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе независимо от формы собственности недвижимого имущества выдается лицу, не занимающему преимущественного положения в сфере распространения наружной рекламы в соответствии с частью 5<sup>9</sup> настоящей статьи.";

6) в пункте 6 части 15 слова "частями 5<sup>1</sup>, 5<sup>6</sup>, 5<sup>7</sup>" заменить словами "частями 5<sup>1</sup>, 5<sup>6</sup>, 5<sup>7</sup>, 5<sup>9</sup>, 5<sup>10</sup> и 9<sup>4</sup>";

7) в части 18:

а) в пункте 5 слова "частями 5<sup>1</sup>, 5<sup>6</sup>, 5<sup>7</sup>" заменить словами "частями 5<sup>1</sup>, 5<sup>6</sup>, 5<sup>7</sup>, 5<sup>9</sup>, 5<sup>10</sup> и 9<sup>4</sup>";

б) в пункте 6 слова "частью 9<sup>3</sup>" заменить словами "частями 9<sup>3</sup> и 9<sup>4</sup>";

8) часть 20 дополнить пунктом 7 следующего содержания:

"7) возникновения или выявления преимущественного положения в соответствии с частью 5<sup>9</sup> настоящей статьи - по иску антимонопольного органа."

### **Статья 3**

Внести в Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ "О защите конкуренции" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 31, ст. 3434) следующие изменения:

1) часть 1 статьи 2 дополнить предложением следующего содержания: "Федеральными законами, регулирующими отдельные отношения (сферы законодательства), могут устанавливаться антимонопольные правила или требования к хозяйствующим субъектам, осуществляющим деятельность в этой сфере, к органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления.";

2) в статье 17:

а) дополнить частью 3<sup>1</sup> следующего содержания:

"3<sup>1</sup>. Наряду с установленными частями 1 и 2 настоящей статьи запретами при проведении торгов на право заключения договоров в отношении государственного и муниципального имущества (за исключением договоров, указанных в статье 17<sup>1</sup> настоящего Федерального закона) запрещается ограничение конкуренции между участниками торгов путем включения в состав одного лота технологически и функционально не связанного государственного или муниципального имущества либо государственного или муниципального имущества, расположенного на территориях разных поселений одного муниципального района, или на территориях разных населенных пунктов, не являющихся муниципальными образованиями, одного муниципального округа, или на территориях разных населенных пунктов, не являющихся муниципальными образованиями, одного городского округа, или на территориях разных внутригородских районов городского округа с внутригородским делением, или на территориях разных внутригородских территорий (внутригородских муниципальных образований) города федерального значения, а также технологически и функционально не связанных между собой товаров, работ, услуг, поставка, выполнение, оказание которых осуществляется с использованием государственного или муниципального имущества или технологически и функционально не связанного между собой оборудования, предназначенного для

изготовления товаров, выполнения работ, оказания услуг, поставка, выполнение, оказание которых осуществляется с использованием такого имущества.";

б) часть 4 после слов "установленных настоящей статьей," дополнить словами "антимонопольных требований к торгам, запросу котировок, установленных иными федеральными законами,";

в) дополнить частью 6 следующего содержания:

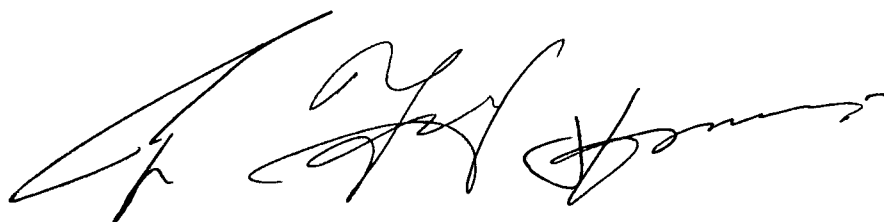
"6. Федеральными законами, регулирующими отдельные отношения (сферы законодательства), могут устанавливаться иные антимонопольные требования к торгам, запросу котировок, запросу предложений, проводимым в этой сфере, если организаторами торгов, запроса котировок, запроса предложений или заказчиками являются федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления."

#### **Статья 4**

Настоящий Федеральный закон вступает в силу с 1 сентября 2024 года.

Президент  
Российской Федерации

В.Путин





**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**  
**к проекту федерального закона**  
**"О внесении изменений в отдельные**  
**законодательные акты Российской Федерации**  
**в части совершенствования антимонопольного регулирования"**

Проект федерального закона "О внесении изменений в статью 4 Закона РСФСР "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" и статью 19 Федерального закона "О рекламе" (далее – законопроект) разработан в целях устранения правовой неопределенности, связанной с определением круга аффилированных лиц юридического лица, а также создания условий для развития отрасли наружной рекламы на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции.

Федеральным законом от 5 мая 2014 года № 99-ФЗ в главу 4 "Юридические лица" Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ) были внесены существенные изменения и дополнения, которые, в том числе, затронули вопросы, связанные с органами юридического лица (в частности - единоличным исполнительным органом), и лицами, не являющимися единоличным исполнительным органом, но осуществляющими все полномочия юридического лица. И эти изменения во взаимосвязи влекут за собой необходимость внесения соответствующих дополнений в перечень субъектов, являющихся аффилированными лицами юридического лица.

Согласно четвертому абзацу статьи 4 Закона РСФСР от 22 марта 1991 года № 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" аффилированными лицами юридического лица являются член его Совета директоров (наблюдательного совета) или иного коллегиального органа управления, член его коллегиального исполнительного органа, а также лицо, осуществляющее полномочия его единоличного исполнительного органа.

Действующим законодательством Российской Федерации под единоличным исполнительным органом (директором, генеральным директором, президентом) подразумевается одно физическое лицо (часть 1 статьи 69 Федерального закона от 26.12.1995 №208-ФЗ "Об акционерных обществах", часть 1 статьи 40 Федерального закона от 08.02.1998 №14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью" и проч.).

При этом частью 1 статьи 53 ГК РФ установлено, что учредительным документом юридического лица может быть предусмотрено, что полномочия выступать от имени юридического лица могут быть предоставлены нескольким лицам, действующим совместно или независимо друг от друга. Сведения об этом подлежат включению в единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ).

Как указал Пленум Верховного суда Российской Федерации в Постановлении от 23 июня 2015 года № 25 "О применении судами

некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации", если в ЕГРЮЛ содержатся данные о нескольких лицах, уполномоченных выступать от имени юридического лица, третьего лица вправе исходить из неограниченности полномочий каждого из них (пункт 22). В пункте 24 указанного Постановления отмечается, что если учредительным документом юридического лица предусмотрено, что полномочия выступать от его имени предоставлены нескольким лицам, то в отсутствие в ЕГРЮЛ сведений о совместном осуществлении или ином распределении полномочий предполагается, что они действуют раздельно и осуществляют полномочия самостоятельно по всем вопросам компетенции соответствующего органа юридического лица (пункт 1 статьи 53 ГК РФ).

Таким образом, указанные уполномоченные лица, не являясь единоличным исполнительным органом, могут осуществлять все функции такого органа. Однако, в отличие от единоличного исполнительного органа, они не отнесены к аффилированным лицам юридического лица. На практике это может повлечь за собой, например, избежание ответственности контролирующих должника лиц в делах о банкротстве, неполное взыскание задолженности по уплате налогов зависимых обществ, фактическое нарушение требований законодательства о государственных закупках и проч.

В этой связи законопроектом предлагаются соответствующие дополнения в статью 4 Закона РСФСР от 22 марта 1991 года № 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках".

Предложения по внесению изменений в статью 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон № 38-ФЗ) направлены на создание условий для развития рынка наружной рекламы на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, исключение возможности его монополизации или олигополизации на территориях муниципальных образований, территориях городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя.

По данным профессионального объединения и экспертов в сфере рекламы, начиная с 2013 года, в сфере наружной рекламы отмечается скрытая монополизация, концентрация прав на установку рекламных конструкций на отдельных территориях в руках нескольких участников рынка. При этом предпосылки для монополизации создаются, в том числе, должностными лицами органов местного самоуправления на местах. Например, на проведенных в 2013 году в Москве аукционах включенные в схему размещения рекламных конструкций несколько тысяч мест установки конструкций разных типов и видов были разбиты всего на 10 лотов. Таким образом, по итогам торгов на рынке не могло остаться более 10 участников из нескольких десятков, ранее работавших на нем. В настоящее же время сетями рекламных конструкций, установленных на земельных участках, находящихся в собственности города Москвы, и используемых для оказания

услуг по распространению рекламы, фактически владеют существенно меньше, чем 10 операторов.

Закон № 38-ФЗ, в отличие от Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ "О защите конкуренции" (далее - Закон № 135-ФЗ), не содержит требований для органов местного самоуправления к составу лотов. Фактически это открывает возможности и создает условия для монополизации рынка на местах путем необоснованного укрупнения лота, включения в один лот сотен рекламных конструкций разного типа и вида, что влечет за собой существенное ограничение числа претендентов на участие в торгах. В результате победители "торгов" имеют возможность сконцентрировать в своих руках значительный объем прав на установку рекламных конструкций на недвижимом имуществе, находящемся в государственной и муниципальной собственности на территории одного муниципального образования или субъекта Российской Федерации.

Следует отметить, что само по себе "лотирование" - вопрос не юридический, кроме того оно относится к полномочиям органа местного самоуправления в части использования муниципального имущества. В этой связи требуется поиск комплексного решения в совокупности Закона 38-ФЗ рекламе с другими актами законодательства.

Поэтому на текущем этапе законопроектом в качестве меры, направленной на развитие конкуренции, исключение возможности монополизации рынка вне зависимости от размеров лотов, выставляемых на торги, предлагается законодательно урегулировать максимальную долю, которую может занимать владелец рекламных конструкций на территории муниципального образования. Это может быть достигнуто путем внесения в Закон № 38-ФЗ понятия "преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы" и связанных с ним правовых последствий. В общем случае преимущественным положением лица в сфере распространения наружной рекламы на территории муниципального района, муниципального округа или городского округа, территориях городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя предлагается признавать положение лица, при котором его доля в этой сфере на указанных территориях превышает тридцать пять процентов. Доля лица в сфере распространения наружной рекламы определяется как отношение общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы лицу и его аффилированным лицам на соответствующей территории, к общей площади информационных полей всех рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы на этой территории.

Лицо, занимающее преимущественное положение, не вправе быть участником торгов. Также исключается возможность возникновения у хозяйствующего субъекта преимущественного положения по результатам торгов.

Необходимо отметить, что в период с 1 июля 2008 года по 22 июля 2014 года Закон о рекламе уже содержал институт права "преимущественное положение лица в сфере распространения наружной рекламы", с предлагаемым законопроектом регулированием.

При обсуждении законопроекта № 344284-4 (впоследствии – Федеральный закон от 21 июля 2007 года № 193-ФЗ), которым в статью 19 Закона № 38-ФЗ были внесены концептуальные дополнения и изменения, направленные на обеспечение "прозрачности" процедуры предоставления органами местного самоуправления и государственной власти участникам рынка ограниченного общественного ресурса - недвижимого имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности, снижение административных барьеров, создание условий для развития и обеспечение конкуренции (включая указанные нормы о преимущественном положении), были поддержаны всеми добросовестными участниками рынка.

Однако Федеральным законом от 21 июля 2014 года № 264-ФЗ, принятым Государственной Думой в ускоренном режиме без официального отзыва Правительства Российской Федерации (соответствующий законопроект № 553255-6 был внесен 24 июня 2014 года, принят в первом чтении 1 июля 2014 года, во втором и третьем чтениях – 4 июля 2014 года) нормы, связанные с преимущественным положением, из Закона 38-ФЗ были исключены.

Негативные последствия этого решения очевидно наблюдаются в настоящее время в Москве, Санкт-Петербурге, Владивостоке и целом ряде других городов. Для устранения таких последствий, развития и обеспечения реальной конкуренции, исключения возможности монополизации рынка вне зависимости от условий проводимых торгов, внесение в Закон 38-ФЗ актуализированной версии института права "преимущественное положение лица в сфере распространения наружной рекламы" представляется насущно необходимым и обоснованным.

Кроме того, с учетом стремительного развития уровня цифровизации в сфере распространения наружной рекламы в целях недопущения монополизации отрасли и недобросовестной конкуренции представляется целесообразным законодательно закрепить конкурентные принципы в части применения программного обеспечения, предназначенного для распространения наружной рекламы (дистанционной трансляции контента, демонстрируемого с помощью рекламной конструкции – электронного табло), в целях обеспечения баланса интересов государства при контроле за транслируемым контентом и интересов бизнеса по сохранению конфиденциальности информации, составляющей коммерческую тайну. Программное обеспечение является неотъемлемой частью цифровой рекламной конструкции – электронного табло. Программное обеспечение разрабатывается непосредственно рекламодателями или сторонними организациями. Несанкционированный доступ к такой компьютерной программе может повлечь как утечку информации, имеющей

коммерческую ценность, так и угрозу нанесения вреда интересам общества и государства, поскольку наружная реклама в виде электронного табло позволяет привлекать внимание большого числа людей и имеет сильное визуальное воздействие. Разнообразии компьютерных программ позволяет обеспечить высокую безопасность трансляции контента на цифровых рекламных конструкциях, а также развитие соответствующего рынка программного обеспечения. С учётом этого предлагается предоставить Роскомнадзору полномочия по установлению требований к компьютерным программам, применяемым для распространения рекламы с использованием электронного табло, и при этом закрепить возможность для рекламодателя самостоятельно выбирать и использовать конкретную компьютерную программу при выполнении требований к таким программам, обеспечивая безопасность контента, данных и конфиденциальность коммерческой информации.

Предлагаемое регулирование и реальная конкурентная среда позволит обеспечить развитие отрасли в функциональной взаимосвязи, создать условия для развития перспективных участников рынка, и выход на региональный или федеральный уровень.

В муниципалитетах это даст толчок для развития малого и среднего предпринимательства и возможность применять комплексный подход, предусматривающий учет всех факторов (социально-экономических, демографических, экологических, культурных и проч.), оказывающих влияние на состояние и развитие отрасли на местах, учесть особенности распространения рекламы отдельных видов товаров.

Синергетическое взаимодействие и реальная конкуренция между лидерами отрасли, в свою очередь, повлечет за собой качественное улучшение оказываемых услуг по доступным для отечественных производителей ценам, сформирует высокие стандарты оказания услуг, позволит унифицировать "линейку" рекламных конструкций различных форматов и связанных с ними иных информационных инфраструктурных объектов, малых городских архитектурных форм (транспортные павильоны, информационные конструкции и проч.).

В свою очередь органы местного самоуправления при проведении торгов будут иметь широкий круг претендентов, что существенно повысит доходы местных бюджетов, улучшит информационную инфраструктуру территорий.

При этом в целях совершенствования антимонопольного законодательства законопроект содержит ряд изменений в Закон № 135-ФЗ.

В соответствии со статьей 2 Закона № 135-ФЗ антимонопольное законодательство Российской Федерации (далее - антимонопольное законодательство) основывается на Конституции Российской Федерации, Гражданском кодексе Российской Федерации и состоит из Закона № 135-ФЗ, иных федеральных законов, регулирующих отношения, указанные в статье 3 Закона № 135-ФЗ. Согласно статье 3 Закона № 135-ФЗ указанный

Федеральный закон распространяется на отношения, которые связаны с защитой конкуренции.

Вместе с тем, например, в соответствии с частью 3 статьи 1 Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" указанный Федеральный закон регулирует отношения, возникающие между органами государственной власти, органами местного самоуправления и хозяйствующими субъектами в связи с организацией и осуществлением торговой деятельности, а также отношения, возникающие между хозяйствующими субъектами при осуществлении ими торговой деятельности. Одновременно глава 3 (статьи 13 и 15) указанного Федерального закона предусматривает положения антимонопольного регулирования. Аналогично антимонопольное регулирование содержат также и другие законодательные акты Российской Федерации, по существу регулирующие иные, нежели указанные в статье 3 Закона № 135-ФЗ, отношения (например, статья 17 Закона Российской Федерации от 21 февраля 1992 года № 2395-1 "О недрах", статья 14 Федерального закона от 29 декабря 2012 года № 275-ФЗ "О государственном оборонном заказе", статья 32 Федерального закона "О банках и банковской деятельности" (в редакции Федерального закона от 3 февраля 1996 года № 17-ФЗ), статья 39 Федерального закона от 24 апреля 1995 года № 52-ФЗ "О животном мире").

В целях устранения указанной правовой неопределенности и с учетом предлагаемых законопроектом к включению в Закон № 38-ФЗ антимонопольных положений, а также положений иных законодательных актов Российской Федерации, содержащих антимонопольное регулирование, законопроектом предусмотрены положения Закона № 135-ФЗ, предусматривающие возможность установления отдельных антимонопольных правил или требований федеральными законами, регулирующими отношения в отдельных сферах.

При этом законопроектом отдельно предусмотрена возможность установления антимонопольных требований к торгам, запросу котировок, запросу предложений, проводимым в отдельных сферах экономической деятельности, если организаторами торгов, запроса котировок, запроса предложений или заказчиками являются федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления (требования к аукциону в отношении земельного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности, например, установлены статьей 39<sup>11</sup> Земельного кодекса Российской Федерации).

Также в целях развития конкуренции и урегулирования указанной выше проблемы, связанной с возможностью укрупнения лотов при проведении торгов на право заключения договора, не относящегося к договорам, указанным в статье 17<sup>1</sup> Закона № 135-ФЗ (в том числе, например, на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке,

здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности) законопроектом предусмотрено положение, содержащее запрет на ограничение конкуренции между участниками торгов путем укрупнения лотов за счет объединения в один лот объектов государственного или муниципального имущества (товаров, работ, услуг, связанных с такими объектами и оборудования для таких товаров, работ, услуг, например, рекламные конструкции разного вида) разного вида (технологически и функционально не связанного между собой), а также объектов такого имущества территориально удаленных друг от друга.

Принятие законопроекта не повлечет иных негативных социально-экономических и финансовых последствий.

Реализация законопроекта не потребует выделения дополнительных ассигнований из бюджетов бюджетной системы Российской Федерации.

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized name, possibly 'K. G. ...', written in a cursive script.

## **ПЕРЕЧЕНЬ**

**актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием Федерального закона "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования антимонопольного регулирования"**

Принятие Федерального закона "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования антимонопольного регулирования" не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения или принятия иных актов федерального законодательства.

Two handwritten signatures in black ink are located in the bottom right corner of the page. The signature on the left is larger and more stylized, while the one on the right is smaller and more compact.



**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ**  
**к проекту федерального закона "О внесении изменений в отдельные**  
**законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования**  
**антимонопольного регулирования"**

Принятие проекта федерального закона "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования антимонопольного регулирования" не потребует дополнительных расходов из федерального бюджета.

A handwritten signature in black ink, consisting of several stylized, overlapping loops and lines, located in the bottom right corner of the page.